

НАЦРТ ПРОГРАМА РАЗВОЈА ТУРИЗМА
ОПШТИНЕ ШИД
ЗА ПЕРИОД 2025-2030. ГОДИНУ

Јун, 2025.године

САДРЖАЈ

1. УВОДНЕ НАПОМЕНЕ	3
2. МЕТОДОЛОГИЈА РАДА	4
3. ПЛАНСКИ ОСНОВ ЗА ИЗРАДУ ПРОГРАМА РАЗВОЈА ТУРИЗМА ОПШТИНЕ ШИД	5
4. ОПШТЕ ИНФОРМАЦИЈЕ О ОПШТИНИ ШИД	8
4.1. Географске, демографске и климатске карактеристике	8
4.2. Културно-историјско наслеђе и природне атракције.....	10
4.3. Саобраћајна и комунална инфраструктура	16
4.4. Степен привредног развоја општине Шид.....	18
5. АНАЛИЗА ПОСТОЈЕЋЕГ СТАЊА РАЗВОЈА ТУРИЗМА ШИДА	20
5.1. Кључни показатељи туристичког промета у периоду 2020-2024.....	20
5.2. Организације туристичког сектора на нивоу туризма Шида	21
5.3. Анализа понуде туристичко-угоститељских капацитета	24
5.4. Анализа постојећих кључних туристичких производа	25
5.5. Активности на развоју туристичких производа.....	26
5.6. Анализа људских ресурса у области туризма и угоститељства	28
6. SWOT АНАЛИЗА – ПРЕДНОСТИ И НЕДОСТАЦИ РАЗВОЈА ТУРИЗМА	28
7. РАЗВОЈНИ МОДЕЛ, ЦИЉЕВИ И ПРОЈЕКЦИЈЕ ОДРЖИВОГ РАЗВОЈА ТУРИЗМА ОПШТИНЕ ШИД	32
8. ДЕФИНИСАЊЕ КЉУЧНИХ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА ОПШТИНЕ ШИД	37
9. АНАЛИЗА КЉУЧНИХ ТУРИСТИЧКИХ ТРЖИШТА ОД ЗНАЧАЈА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА И МАРКЕТИНГ АКТИВНОСТИ ОПШТИНЕ ШИД	43
Геосегменти	44
Циљни сегменти	45
10. ПЛАН КОНКУРЕТНОСТИ ОПШТИНЕ ШИД СА ПРЕДЛОГОМ КЉУЧНИХ ИНВЕСТИЦИОНИХ ПРОЈЕКТА	53
11. МОДЕЛ УПРАВЉАЊА ТУРИСТИЧКОМ ДЕСТИНАЦИЈОМ	66
12. АКЦИОНИ ПЛАН	68
13. ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ	74
14. ПОПИС ТАБЕЛА, СЛИКА, ШЕМА И СКРАЋЕНИЦА	76
15. СТУПАЊЕ НА СНАГУ	77

1. УВОДНЕ НАПОМЕНЕ

Програм развоја туризма општине Шид за период 2025 – 2030. годину (у даљем тексту: Програм) припремљен је у складу са Законом о туризму Републике Србије (Сл. гласник РС, бр. 17/2019), Законом о угоститељству („Сл. гласник РС“, бр.17/2019) и усаглашен са усвојеном Стратегијом развоја туризма Републике Србије за период 2016 – 2025 (Сл. гласник РС, бр.98/2016). Програм је такође усаглашен са Правилником о садржини и начину израде програма развоја туризма (Службени гласник РС, број 86 од 19. јуна 2020).

Главни циљ Програма је да дефинише стратешке правце развоја туризма Општине Шид, да допринесе унапређењу његове конкурентске позиције на тржишту, као и опште услове за унапређење туризма. Да би се ово постигло, пре свега је потребно дефинисати тренутно стање развоја туризма и на основу тога предложити даљи план развоја туристичких производа и целокупне дестинације.

Документ дефинише методологију и процедуре рада у свом првом делу. Наредни део документа односи се на ситуациону анализу која укључује преглед планских докумената, опште информације о општини Шид, анализу тренутне ситуације развоја туризма и коначно SWOT анализу дестинације. Пратећи детаљну анализу стања, следећа целина документа дефинише плански оквир развоја туризма дестинације који обухвата следеће целине: дефинисање кључних туристичких производа, анализу тржишних сегмената и маркетинг активности, развојни модел, циљеве и пројекције одрживог развоја општине Шид. Наредни део документа дефинише план конкурентности са предлогом кључних инвестиционих пројеката и то:

- Смернице за унапређење конкурентске позиције (стратешка упоришта, визија, мисија, позиционирање),
- План инвестиција - усмерен на капиталне пројекте са задатком унапређења конкурентности дестинације на домаћем и међународном тржишту.
- Подизање капацитета људских ресурса у туризму - са задатком унапређења опште конкурентности туристичке понуде и искустава дестинације кроз плански приступ подизања капацитета знања и вештина актера на дестинацији.
- Маркетиншки план - дефинише планске кораке маркетинга и продаје дестинације, дефинисање бренда и започињање процеса брендирања у односу на постављене туристичке производе, дефинисана приоритетна тржишта и тржишне сегменте као и умрежавање између субјеката од значаја за развој туризма.

Последње целине документа представљају дефинисање управљачког модела дестинације и Акциони план који све смернице и препоруке ставља у временски оквир и јасно дефинише приоритете, мере, активности, одговорне стране, индикаторе мерења успешности задатака и изворе финансирања.

На крају, захваљујемо се на указаном поверењу и додељеном пројекту израде ”Програм развоја туризма општине Шид за период 2025 – 2030. годину”, Програм је конципиран на начин да буде оперативан и применљив и да послужи свим представницима јавног и приватног сектора у усмеравању својих активности развоја туризма.

2. МЕТОДОЛОГИЈА РАДА

Методологија рада садржи информације о примењеним методама и техникама истраживања, начину обраде података и стручном тиму. Током израде документа, аутори су се водили принципом партиципативног приступа изради документа и одржали консултативне састанке кључним актерима на дестинацији: академијом, цивилним удружењима, институцијама културе, хотелијерима, и представницима јавног сектора од значаја за развој туризма на дестинацији. Састанци су одржани у виду фокус група - групних интервјуа али и индивидуалних интервјуа који су уз дозволу учесника снимани и потом квалитативно обрађивани.

При изради документа коришћени су и следећи извори података:

- Закони, правилници као и стратешка документа на локалном, регионалном и националном нивоу, који су од значаја за дефинисање планских оквира развоја туризма дестинације (погледати поглавље планска документа)
- Публикација општине и региони у Србији, републички Завод за статистику
- Стратегије развоја туризма Републике Србије за период 2016–2025;
- Стратегијски маркетинг план туризма Републике Србије до 2025. године - <https://mto.gov.rs/extfile/sr/200/Strategijski%20marketing%20plan%20turizma%20RS%20do%202025..pdf>;
- Подаци о туристичком промету и перформансама развоја туризма, као и смештајним капацитетима Општине Шид добијених са сајта е-туриста Општине Шид;
- Поред тога, метода која је коришћена приликом израде документа је SWOT анализа;
- Програм развоја туризма кроз оперативне стратегије развоја представљају експертску анализу и препоруке дате на основу ситуационе и тржишне анализе,

Програм развоја туризма општине Шид за период 2025 – 2030. годину
као и примарних и секундарних података прикупљених истраживањима с
кључним актерима на дестинацији;

На крају документа дат је предлог туристичких производа, циљних тржишта, развојног модела, приоритета, мере и активности у односу на целине Програма као и план конкурентности. Акциони план садржи опис свих активности, с временским роковима извршења и одговорностима.

3. ПЛАНСКИ ОСНОВ ЗА ИЗРАДУ ПРОГРАМА РАЗВОЈА ТУРИЗМА ОПШТИНЕ ШИД

Плански основ за израду Програма садржан је у одредбама Закона о туризму („Службени гласник РС“, број 17/2019), Правилника о садржини и начину израде програма развоја туризма („Службени гласник РС“, број 86/2020) важеће Стратегије развоја туризма Србије Републике Србије 2016-2025. („Службени гласник РС“, број 98/2016), и других прописа Републике Србије, као и аката донетих од стране јединице локалне самоуправе, а од значаја за туризам.

„Програм развоја туризма општине Шид 2025-2030.“, као документ јавних политика, проистиче из националних и локалних стратешких документа и у њих се интегрише. Програм се на националном нивоу усаглашава са „Стратегијом развоја туризма Републике Србије 2016-2025.“, Законом о туризму („Службени гласник РС“, број 17/2019), Законом о угоститељству („Службени гласник РС“, број 17/2019), Законом о планском систему РС („Службени гласник РС“, број 30/18), Уредбом о методологији управљања јавним политикама, анализом ефеката јавних политика и прописа и садржаја појединачних докумената јавних политика („Службени гласник РС“, број 8/2019) и Правилником о садржини и начину израде програма развоја туризма („Службени гласник РС“, број 86/2020). Програм се на локалном нивоу усаглашава с документима општине Шид.

Стратегија развоја туризма Републике Србије 2016–2025. („Службени гласник РС“, број 98/2016)¹ дефинише (оквирно) у складу са развијености инфраструктуре и супраструктуре, односно доступности и оствареног туристичког промета, дестинацију „Нови Сад, Фрушка гора и Сремски Карловци“, којој припада и Шид.

Стратегијски маркетинг план РС² до 2025. године између осталих анализа се бави анализом степена развоја туристичких дестинација на територији Републике Србије (на скали од 1 до 5) где је туристичка дестинација “Нови Сад, Фрушка гора и Сремски Карловци” сврстана у развијене дестинације са укупном просечном оценом преко 3,5. Параметри: Степен развоја туристичких производа; Туристичка инфраструктура,

¹ <https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/vlada/strategija/2016/98/1>

² <https://mto.gov.rs/extfile/sr/201/Strategijski%20marketing%20plan%20turizma%20RS%20do%202025..pdf>

Програм развоја туризма општине Шид за период 2025 – 2030. годину
Смештајни капацитети, Промоција маркетинг активности; Јасно дефинисан бренд
оцењени су оценом 4. Просечна оцена износи 3,8.

Програм развоја туризма Аутономне Покрајине Војводине за период 2023-2025.³
представља стратешки документ који има за циљ плански и одржив развој туризма у
покрајини. Циљ програма је да се, кроз улагања у инфраструктуру и развој различитих
облика туризма, допринесе свеобухватном друштвено-економском развоју покрајине.

Дат је предлог позиционирања туристичких дестинација Војводине, где се као једна од
главних дестинација издваја и општина Шид у оквиру дестинације „Срем и Фрушка
гора“, наводи се потенцијал виноградарске регије са препознатљивим заштићеним
природним и културним наслеђем и баштином.

Остали документи у вези са регулаторним оквиром су дати кроз табеларни приказ
планских докумената у табели 1.

За анализу туристичких локалитета у Шиду потребно је сагледати следеће документе:

- 1) План развоја општине Шид 2018- 2022.
<https://sid.rs/wp-content/uploads/2022/06/sluzbeni-list-18-2022-prilog-1.pdf>

Табела 1. Преглед планске и стратешке документације општине Шид

Документ	План развоја општине Шид 2018- 2022.
Веза ка документу	https://sid.rs/wp-content/uploads/2022/06/sluzbeni-list-18-2022-prilog-1.pdf
Опис типа и садржаја документа	План развоја општине Шид представља кровни дугорочни документ развојног планирања, дефинише смернице за унапређење економског, друштвеног и инфраструктурног развоја општине. Обухвата анализу тренутног стања, визију развоја, стратешке циљеве и конкретне мере за побољшање у области привреде, пољопривреде, туризма, животне средине, образовања и јавних услуга.
Просторни обухват	Општина Шид
Временски оквир	2018- 2022.
Коментар	Документ је свеобухватан и стратешки утемељен, са јасно дефинисаним циљевима и приоритетима за одрживи развој општине Шид. Обухвата кључне области као што су инфраструктура, економија, туризам и социјални развој, али ће успешност реализације зависити од ефикасне имплементације и доступности финансијских средстава.
Генерални циљеви	РАЗВОЈНИ ПРАВАЦ: Економски развој ПРИОРИТЕТНИ ЦИЉЕВИ: ПЦ 7 - Стварање услова за повећање запослености и плата и достојанствен рад за све становнике општине.

³ Програм развоја туризма Аутономне Покрајине Војводине за период 2023-2025.
<https://spriv.vojvodina.gov.rs/wp-content/uploads/2021/11/Program-razvoja-turizma-APV-2023-2025.pdf>

Програм развоја туризма општине Шид за период 2025 – 2030. годину

	<p>ПЦ 8 – Унапређење услова за развој пољопривредних и прерађивачких активности. ПЦ 9 – Стварање амбијента и предуслова за развој туризма.</p>
<p>Посебни циљеви од значаја за развој туризма</p>	<p>ПЦ 9 – Стварање амбијента и предуслова за развој туризма. ПЦ 12 – Унапређене капацитета главних носилаца културних активности у општини Шид за реализацију постојећих и креирање нових културних програма и садржаја. ПЦ 14 - Развој нових и унапређење и афирмација постојећих локалних спортско рекреативних капацитета.</p>
<p>Констатовано постојеће стање и проблеми</p>	<p>Постојеће стање: Природни и културни потенцијали – Општина Шид поседује богате природне и културно-историјске ресурсе, НП Фрушка гора, манастире, винске руте итд, Рурални и гастро-туризам – Потенцијал за развој сеоског туризма, винских тура и традиционалне гастрономије, али су капацитети и понуда још увек ограничени. Манифестациони туризам – Организују се традиционалне манифестације, али недостаје конзистентна промоција и повезивање. Геостратешки положај – Близина границе са Хрватском и важних саобраћајница представља предност за транзитни туризам. Кључни изазови у области туризма: Недовољно развијена туристичка инфраструктура – Недостатак смештајних капацитета, туристичких центара и одговарајућих саобраћајних веза. Слаба промоција и недостатак туристичког брэнда – Недостатак ефикасне стратегије маркетинга и промоције туристичких потенцијала општине. Недостатак обученог кадра у туризму – Ограничени људски ресурси и недостатак едукације за туристичке раднике. Неразвијена сарадња са приватним сектором – Недовољна повезаност јавног и приватног сектора у креирању конкурентне туристичке понуде. Ограничени финансијски ресурси – Недовољно улагање у туристичку инфраструктуру, промоцију и подршку локалним предузетницима у туризму. Заштита природних и културних добара – Потреба за уравнотеженим развојем туризма који неће угрозити животну средину и културну баштину.</p>
<p>Планирана решења од значаја за развој туризма</p>	<p>ПЦ 9 – Стварање амбијента и предуслова за развој туризма. Мера 9.1: Унапређење и развој туристичких локалитета, изградња и адаптација туристичке инфраструктуре и супраструктуре. Мера 9.2: Брендирање и промоција подручја. Мера 9.3: Коришћење извора термоминералне воде у сврху развоја бањског туризма у општини Шид. Мера 9.4: Повећање смештајних капацитета. Мера 9.5: Едукација запослених у туризму и пружаоца услуга. ПЦ 12 – Унапређене капацитета главних носилаца културних активности у општини Шид за реализацију постојећих и креирање нових културних програма и садржаја. Мера 12.1: Осавремењавање услова рада носилаца културних активности у локалној заједници кроз опремање, санацију и реконструкцију објеката у којима се реализују културни садржаји. Мера 12.2: Умрежавање, активирање и промоција културног наслеђа.</p>
<p>Препознате зоне од значаја за развој туризма</p>	<p>Фрушка гора – Национални парк са богатом флором и фауном, могућностима за еко-туризам, планинарење и авантуристички туризам. Културно-историјске целине – Манастири Фрушке горе, археолошка налазишта и традиционалне сеоске целине.</p>

Зона винског туризма – Винарије и вински путеви у околини Шида, са фокусом на дегустацију вина и гастрономске туре. Руралне и етно-туристичке зоне – Села у општини Шид са потенцијалом за развој сеоског туризма и одрживих пољопривредних домаћинстава.
--

4. ОПШТЕ ИНФОРМАЦИЈЕ О ОПШТИНИ ШИД

4.1. Географске, демографске и климатске карактеристике

Географске карактеристике

Туристичко-географски положај дестинације

Општина Шид се налази у југозападном делу Аутономне Покрајине Војводине, у Сремском округу, на тремеђи Републике Србије, Републике Хрватске и Републике Српске. Општина Шид има статус пограничне општине јер на њеној територији има шест граничних прелаза: Љуба, Сот, Шид, Батровци, Јамена и Шид. Подручје општине обухвата територију од 687 km².⁴

Општина има једно градско насеље (Шид), које је и седиште истоимене општине и 18 насељених села (Адашевци, Бачинци, Батровци, Беркасово, Бикић До, Бингула, Вапица, Вишњићево, Гибарац, Ердвик, Илинци, Јамена, Кукујевци, Љуба, Моровић, Моловин, Привина Глава, Сот), која сврставају ову Општину међу најважније геостратешке тачке Републике Србије⁵. Шид је смештен између реке Дунав и обронака Фрушке горе на северу и реке Саве на југу. Налази се на 45° 07' северне географске ширине и 19° 13' источне географске дужине. Надморска висина је 104 m.⁶ Општина је од Београда је удаљена 104 km (преко Адашеваца), а до Новог Сада 64 km (преко Илока).⁷

Релјеф

Са једне стране се налази Фрушка гора, а са друге реке Сава и Босут. Сремска равница, испресецана речним токовима уздиже се ка западним обронцима Фрушке горе. Тај контраст пејзажа чини је интересантном и посебном. У њене северне делове залази западно крило Фрушке горе, ниске војвођанске планине. Ту су предели обрасли шумом, планински извори, дивљач и фрушкогорски манастири, њен главни туристички потенцијал. Идући према нижим деловима преко лесне заравни, лесне терасе и

⁴ План развоја општине Шид 2018-2028.

<https://sid.rs/wp-content/uploads/2022/06/sluzbeni-list-18-2022-prilog-1.pdf>

⁵ Исто

⁶

https://www.tourismsid.rs/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=139&Itemid=76

⁹

⁷ <https://sid.rs/o-opstini/>

Програм развоја туризма општине Шид за период 2025 – 2030. годину
алувијалних равни среће се другачији пејзаж. Равничарски предео испресецан речним токовима карактеристичан је за овај део општине.⁸

Хидрографија

Главни водоток је река *Сава*. Она тече јужном границом општине и чини административну границу између Србије и Хрватске. Уз сам ток налази се живописно и изоловано место Јамена. Дужина тока на територији општине је 16,5 km, а ширина у овом делу је 200 – 400 m.⁹ Најдужи водени ток у општини је река *Босут*, који тече југозападним делом општине, у дужини од 38 km. Река Босут има притоку Студву која се код Моровића улива у Босут.¹⁰

На територији Општине Шид постоје три вештачка језера и то: „*Сотско језеро*“ у Соту и два језера у Ердевику „*Брује*“ и „*Мохарач*“.¹¹ Близина Фрушке Горе испресецане раседима је предиспозиција појаве термалних вода. Једини регистровани термални извор на подручју Општине Шид је „*Бања*“ код Ердевика. Вода овог извора је јако минерализована, а за време Турака ту је била позната бања.¹²

Биљни и животињски свет

У погледу биљног и животињског света могу се издвојити три појаса: планински, појас лесне заравни и долине равни. Планински предео представљен је листопадним шумама (храст, липа, багрем), а неке од животиња у овом појасу су дивље свиње, јелени, фазани. У појасу лесне заравни најчешће се могу видети јаребице, зечеви и препелице, а пошто земљиште општине чини плодни чернозем овде се узгајају житарице, индустријско и крмно биље. Трећи појас чине биљке барског карактера (локвањи, трска, рогоз) и барски пливачи-патке, гуске, гњурци, чапље.¹³

Демографске карактеристике

У наставку ће се анализирати демографске карактеристике становништва (полна, старосна, образовна и економска структура) према Попису становништва, домаћинства и станова из 2022. године.

Према „Попису становништва, домаћинства и станова из 2022. године“ у Шиду је било укупно 27.894 становника. Мушкараца укупно 13.660, а жена 14.234.¹⁴

⁸

https://www.tourismsid.rs/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=139&Itemid=76

⁹

⁹ <https://sid.rs/o-opstini-sid/>

¹⁰ Исто

¹¹ Исто

¹² Исто

¹³ Исто

¹⁴ Попис становништва, домаћинства и станова 2022. године, *Старост и пол-Подаци по насељима*. Београд: РЗС

Према старосној структури, укупан број становника према попису из 2022. године од 0–15 било је 3.698, од 15–65 било је 17.541, а становника који имају више од 65 година било је 6.655. Анализа показује да удео становништва узраста 15–65 са 63% знатно доминира.¹⁵

Према образовној структури становништво: без школске спреме (255), непотпуно основно образовање (1.672), основно образовање (6.057), средње образовање (13.121), више образовање (1.093), високо образовање (1.942) становника, непознато (56). Према подацима који су нам доступни видимо да доминира становништво са завршеним средњим образовањем са 54%, а најмањи је проценат становништва без школске спреме са 1%.¹⁶

Према подацима РЗС о попису становништва, домаћинства и станова 2022. године, становништво према економској структури, у активно становништва спада 10.443 становника, запослених има 8.952, незапослених 1.491, неактивно становништво (пензионери, ученици и студенти) 17.451. Највише има незапосленог становништва које доминира са 59%.¹⁷

Климатске карактеристике

Општина Шид има типичну панонску (континенталну) климу са локалним варијететима. Лета су топла и релативно дуга, а зиме хладне. Просечна температура ваздуха је 10,7 °С. Лета су топла и релативно дуга, температуре преко 30 степени трају у просеку 21 дан годишње а температуре преко 25 степени трају просечно 95 дана. Зиме су хладне и снежне са просечно 25 дана годишње испод 0 степени. Пролећа су кратка са повременим сменама кишних и сунчаних дана. Најхладнији месеци су јануар и фебруар, а најтоплији јул и август.

4.2. Културно-историјско наслеђе и природне атракције

Општина Шид је мозаик састављен од историје, уметности, богате и разноврсне сремске кухиње, археологије, различитих националности са својом традицијом и обичајима равнице и брежуљака који се преплићу. Општина има 3 реке (Сава, Босут и Студву), 3 језера (Сот, Брује и Мохарач), 3 манастира (Света Петка у Беркасову, затим Привина Глава и Ђипша), галерију слика Сава Шумановића, са његовом кућом и

<https://publikacije.stat.gov.rs/G2023/Pdf/G20234003.pdf>

¹⁵ Исто.

¹⁶ Попис становништва, домаћинстава и станова 2022. године, Школска спрема, писменост и компјутерска писменост-Подаци по општинама и градовима. Београд: РЗС

<https://publikacije.stat.gov.rs/G2023/Pdf/G20234006.pdf>

¹⁷ Попис становништва, домаћинстава и станова 2022. године, Становништво према економској активности, старости и полу. Београд: РЗС

<https://data.stat.gov.rs/Home/Result/3104020801?languageCode=sr-Latn>

Програм развоја туризма општине Шид за период 2025 – 2030. годину

аутентичним ентеријером, археолошку збирку „Градина на Босуту“ и Музеј наивне уметности „Илијанум“ Илије Башичевића, спомен обележје Сремски фронт, а од 2016. године има црквену ризницу. Општина има и тврђаву у Моровићу и Руски двор, археолошке локалитете: Градина – Вашица, Тврђава Беркасово, Некропола и Долина шлемова.

У близини су и излетишта: Липовача, Војна установа “Моровић” и Језеро Брује. Општина Шид је подручје богато шумом и има неколико ловишта: Ворово, Кућине, Врањак, Ловиште Босутске шуме и Ловачко удружење „Срем“. Једно од најпосећенијих и најелитнијих је ловиште Војне установе Моровић, са Титовом вилом. На територији општине Шид постоји велики број винарија и то: Винарија Ердевик, „Две куле“, Винарија Илић-Нијемчевић, Винарија МСС, Моловин, Тривановић, Винат идр.

Табела 2. Културне туристичке атракције општине Шид



Слика 1. Спомен-парк „Сремски Фронт“
Извор:

Спомен-парк „Сремски Фронт“ је знаменито место од изузетног значаја. Аутор постојећег комплекса је архитекта Мирослав Крстоношић, за ентеријер је био задужен вајар Јован Солдатовић, за пејзажно уређење проф. др Милан Сапунџић. Спомен-обележје посвећен Сремском фронту подигнут је 1988. године (https://www.tourismsid.rs/index.php?option=com_content&view=category&id=42&Itemid=174).



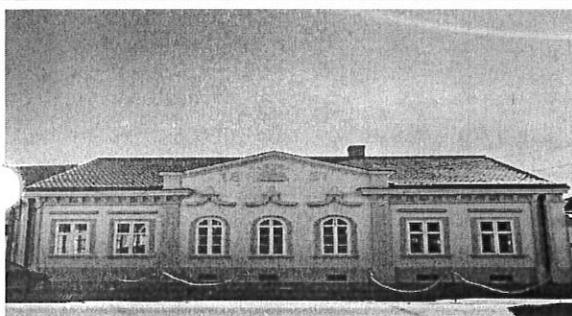
Слика 2. Музеј наивне уметности
„Илијанум“
Извор: ТО Шид

Музеј наивне уметности „Илијанум“, отворен је 1970. године иницијативом Илије Башичевића Босиља (1895—1972), сликара и светског класика маргиналне уметности, као његов својеврстан легат. Уметнички фонд музеја чини 338 уметничких дела (<https://sid.rs/muzej-naivne-umetnosti-ilijanum/>).



Слика 3. Галерија слика Саве Шумановића
Извор: <https://www.savasumanovic.rs/>

Галерија слика Саве Шумановића основана је 1952. године. Уметнички фонд Галерије у Шиду броји 417 дела, од тога 350 слика урађених техником уља на платну и 67 скица у разним техникама (цртеж, пастел, акварел, разблажена темпера) (<https://www.savasumanovic.rs/>).



Слика 4. Кућа Саве Шумановића
Извор:
<http://spomenickulture.mi.sanu.ac.rs/spomenik.php?id=1304>

Кућа Саве Шумановића, првобитно подигнута 1867. године као пивара, па пошта, представља непокретно културно добро као споменик културе од великог значаја. Дуги низ година је у њој живео и радио сликар Сава Шумановић. Налази се у Улици Саве Шумановића број 10 (<http://spomenickulture.mi.sanu.ac.rs/spomenik.php?id=1304>).



Слика 5. Манастир Привина (Прибина)
Глава
Извор:

Манастир Привина (Прибина) Глава налази се у крајњем западном делу Фрушке Горе, на око пет километара североисточно од града Шид, а поред истоименог села Привина Глава, некадашњег прњавора. Манастирска црква је посвећена Сабору Светих Арханђела (https://www.tourismsid.rs/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=141&Itemid=771).



Слика 6. Манастир Свете Петке
Извор:
https://www.tourismsid.rs/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=141&Itemid=771

Манастир Свете Петке налази се у насељеном месту Беркасово у општини Шид, а удаљен је од центра Шида око 6,9 км. Посвећен је Светој Петки Трновој која се слави 27. октобра и спада у најзападније фрушкогорске манастире. Спада у категорију женског манастира. (<https://sid.rs/manastir-sveta-petka-berkasovo/>).



Слика 7. Манастир Ђипша

Извор: <https://turizaminfo.com/objekti/manastir-divsa-ili-djipsa/>

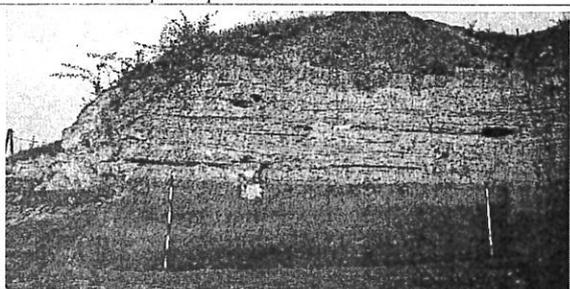
Манастир Дивша или Ђипша како је у народу познатији, по предању је задужбина деспота Јована Бранковића подигнута крајем 15. века. Стара манастирска црква, крстообразне основе обновљена је 1744. године ктиторством Петра Јовановића из Новог Сада (<https://dobrocinstvo.rs/manastir/manastir-djipsa/>).



Слика 8. Руски двор

Извор: <https://sid.rs/ruski-dvor-sid/>

Руски двор је летња владичаска резиденција, а прва намена му је била управна зграда за имање дато на коришћење Крижевачкој епархији од стране Марије Терезије. Зграда у барокном стилу је завршена 1780. године (<https://sid.rs/ruski-dvor-sid/>).

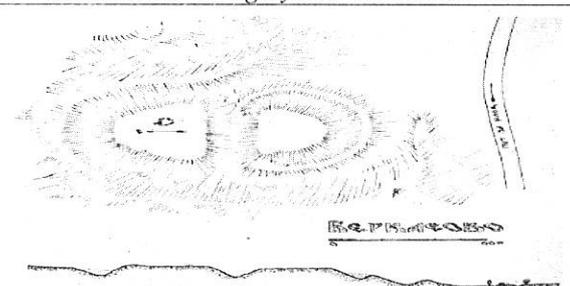


Слика 9. Археолошки локалитет Градина

Извор:

https://www.tourismsid.rs/index.php?option=com_content&view=category&id=44&Itemid=171

Археолошки локалитет Градина на Босуту налази се у западном Срему на левој обали реке Босут, у атару села Вашица. Ситуирано је на високом брежуљку типа тела елипсоидног облика димензија 165 x 50 m. Стављен је под заштиту, а категорисан је за културно добро од великог значаја (https://www.tourismsid.rs/index.php?option=com_content&view=category&id=44&Itemid=171).



Слика 10. Налазиште тврђаве Беркасово

Извор:

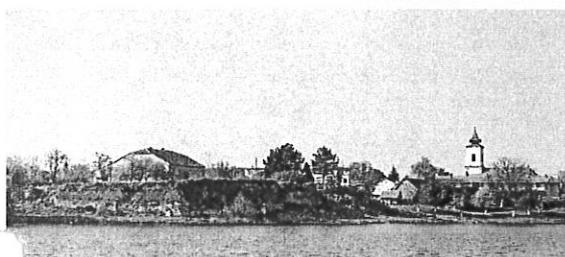
https://www.tourismsid.rs/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=105&Itemid=177

Налазиште тврђаве Беркасово. О настанку Беркасова не може се ништа поуздано рећи. Зна се да је од 1474. у поседу деспота Вука, а потом његових синоваца. Никаква истраживања нису вршена (https://www.tourismsid.rs/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=105&Itemid=177).



Слика 11. Некропола „Белњача”
Извор: <https://sid.rs/nekropola-beljnajaca/>

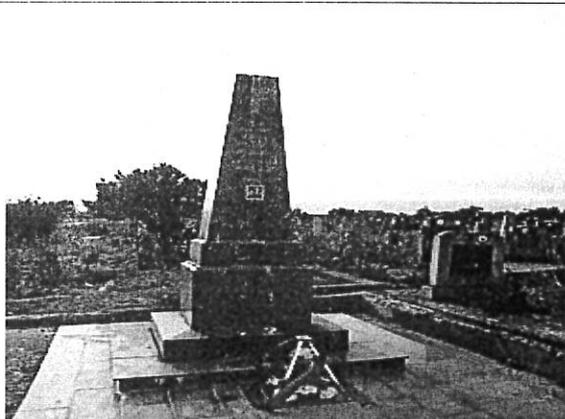
Некропола „Белњача” је археолошко налазиште које се налази у Шиду, у улици Мичуринова број 29. На узвишењу 2,5-3m у односу на околни терен, пронађена два саркофага и други археолошки материјал. Археолошка истраживања вршена су 1998. године. Од 31. октобра 2002. године некропола Белњача у Шиду утврђена је за археолошко налазиште (https://www.tourismsid.rs/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=106&Itemid=178).



Слика 12. Тврђава Моровић

Извор: https://tourismsid.rs/index.php?option=com_content&view=category&id=39&Itemid=169

Тврђава Моровић је средњовековно утврђење и варош на ушћу Студве у Босут, у атару села Моровић, у општини Шид. Сазидана је после 1332. године, представља непокретно културно добро као споменик културе од великог значаја. Тврђава је подигнута по налогу мачванског бана Јована Маротија. Тврђава Моровић је запустела после турских освајања и до сада нису вршена ни археолошка ни архитектонска истраживања (https://tourismsid.rs/index.php?option=com_content&view=category&id=39&Itemid=169).



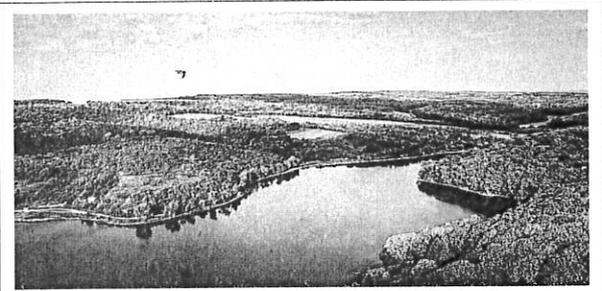
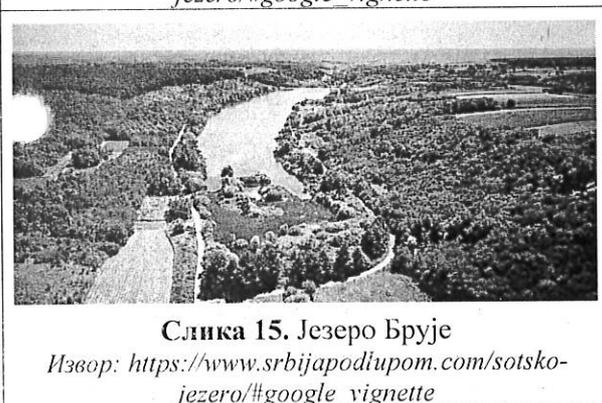
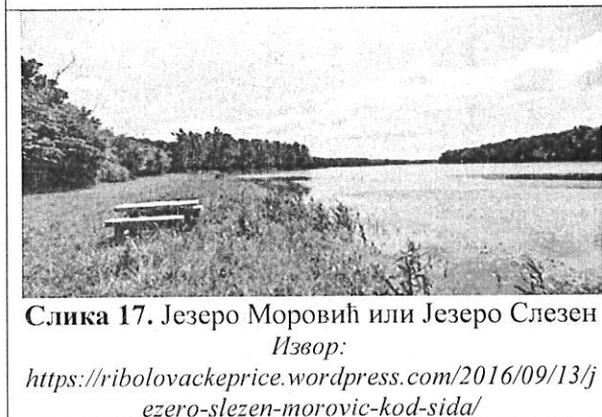
Слика 13. Надгробни споменик Филипу Вишњићу, Вишњићево

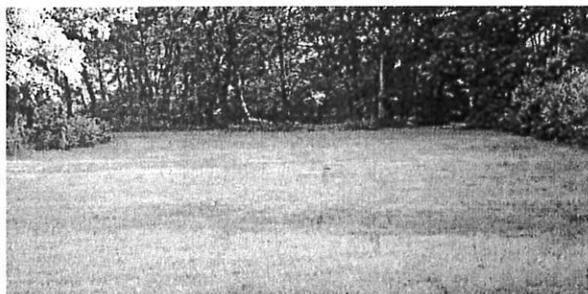
Извор: <https://www.sidskiportal.net/sid/spomenici-kulture/119-spomenik-filip-visnjic>

Надгробни споменик Филипу Вишњићу, Вишњићево. У Вишњићеву, на сеоском гробљу, трудом школске омладине подигнут је 1878. споменик на гробу Филипа Вишњића. Споменик је обновљен 1952. године (<https://www.sidskiportal.net/sid/spomenici-kulture/119-spomenik-filip-visnjic>).

Према листи Српске Академије науке и уметности на листи споменика културе, поред набројних у табели, налазе се и: Амбар Гибарац, М.Тита бр. 42; Амбар Гибарац, М.Тита бр. 7; Сеоска кућа, Љуба, ул.ЈНА бр.5; Вајат, Змај Јовина 27; Кућа у Улици Светог Саве 7 (<https://www.sidskiportal.net/sid/spomenici-kulture>).

Табела 3. Природне туристичке атракције општине Шид

	<p><i>Језеро Сот или "Сотско Језеро"</i> налази се на десетак километара од Шида, на магистралном путу Шид-Илок. Површине је 33 хектара и просечне дубине око четири метра. Језеро је богато рибом; шаран, амур, тостолобик, као и капиталним примерцима сома. На језеру нема спасаца, тако да је купање на сопствену одговорност посетилаца. (https://vojvodina.travel/jezero-sot-sot/).</p>
<p>Слика 14. Језеро Сот или "Сотско Језеро" Извор: https://www.srbijapodlupom.com/sotsko-jezero/#google_vignette</p>	<p><i>Језеро Брује</i>, познато и као Ердевичко језеро, смештено је северозападно од Ердевика, општина Шид. Језеро се протеже правцем север—југ у дужини од око 800 метара, смештено је на надморској висини од 110 метара, а заузима површину од око 17 хектара. Настало је 1981. године за потребе снабдевања водом оближње винарије и то тако што је преграђена долина потока Бања браном дужине 270 и висине 13 метара. Максимална дубина језера износи 7 метара при брани, а стрме падине око језера уздижу се до 20 метара висине и обрасле су багремом (https://sid.rs/turizam/).</p>
 <p>Слика 15. Језеро Брује Извор: https://www.srbijapodlupom.com/sotsko-jezero/#google_vignette</p>	<p><i>Језеро Мохарач</i>, смештено североисточно од Ердевика, општина Шид. Језеро се протеже правцем североисток—југозапад у дужини од око 2 километра, смештено је на надморској висини од 123 метара, а заузима површину од око 55 хектара. Настало је преграђивањем долине потока Мохарач браном дужине 270 и висине 16 метара. Обале језера су благо стрме и ниске, а североисточни део језера окружује национални парк Фрушка гора, па је тај и околни део језера под другим степеном заштите. (https://fruskac.net/rs/lokacije/jezera/moharac).</p>
 <p>Слика 16. Језеро Мохарач Извор: https://fruskac.net/rs/lokacije/jezera/moharac</p>	<p><i>Језеро Моровић или Језеро Слезен</i> се налази на 35км до Сремске Митровице према Хрватској или на 10км од Шида. Језеро се састоји из три дела. Направљен је и мини парк за децу. Велико језеро просечне дубине 5 метара без крша на дну, дужина језера је 3км а ширина око 200 метара (https://ribolovackeprice.wordpress.com/2016/09/13/jezero-slezen-morovic-kod-sida/).</p>
 <p>Слика 17. Језеро Моровић или Језеро Слезен Извор: https://ribolovackeprice.wordpress.com/2016/09/13/jezero-slezen-morovic-kod-sida/</p>	



Слика 18. Излетиште Липовача
Извор: <https://sid.rs/lipovaca/>

Излетиште Липовача. Налази се са десне стране пута од Шида ка Илоку, на изласку из села Беркасово, у оквиру Националног парка Фрушка гора. У комплексу липове и хрстове шуме, налази се и пешачко-бициклистичка Стаза здравља (<https://sid.rs/turizam/>).

4.3. Саобраћајна и комунална инфраструктура

Саобраћајна инфраструктура

Друмски саобраћај

У домену инфраструктуре друмског саобраћаја егзистирају путеви различитог хијерархијског нивоа који својом изграђеношћу омогућавају вршење путничког и робног превоза унутар општинског простора али и окружења и субрегионалног повезивања.¹⁸

Путну мрежу општине Шид чини 172,71 km путева различитог нивоа и квалитета. На простору општине Шид има:

- 8,84 km државних путева I реда,
- 85 km државних путева II реда и
- 78,85 km општинских путева, од чега је 88,7% путева са савременим коловозом.¹⁹

Неки од важнијих путних праваца који пресецају територију општине Шид су: аутопут Е-79;

- Магистрални путни правац М 18.1 и
- Магистрални путни правац М 18, као и
- државни путеви другог реда Р 103 и Р 128.²⁰

Железнички саобраћај

¹⁸ План развоја општине Шид 2018-2028.

<https://sid.rs/wp-content/uploads/2022/06/sluzbeni-list-18-2022-prilog-1.pdf>

¹⁹ Исто.

²⁰ Исто.

Програм развоја туризма општине Шид за период 2025 – 2030. годину

Железнички саобраћај у Шиду игра кључну улогу у повезивању Србије са Хрватском и западном Европом. Град се налази на међународној прузи Београд–Загреб, што га чини важним транзитним чвориштем за међународни и домаћи путнички и теретни саобраћај.²¹

Железничка станица Шид – Главна станица у граду налази се на међународној прузи Београд–Загреб. Преко ње саобраћају међународни и домаћи возови, укључујући путничке и теретне композиције.²²

Ваздушни саобраћај

Шид нема аеродром нити развијен ваздушни саобраћај. Најближи међународни аеродроми који служе становницима и привреди Шида су:

- Аеродром "Никола Тесла" Београд (BEG) – налази се око 100 km источно од Шида и представља главни ваздушни саобраћајни центар Србије. Са њега полазе домаћи и међународни летови ка европским и светским дестинацијама.²³
- Аеродром у Осјеку (OSI) – удаљен око 80 km од Шида, овај аеродром у суседној Хрватској нуди неколико регионалних и сезонских летова.²⁴
- Аеродром "Фрањо Туђман" Загреб (ZAG) – око 250 km западно од Шида.²⁵

Водни саобраћај

Општина Шид нема директан приступ пловним рекама, што ограничава могућности за развој водног саобраћаја у самом Шиду. Иако Шид нема директан водни саобраћај, његова близина Сремској Митровици омогућава коришћење речног транспорта за привредне активности.

Комунална инфраструктура

Општину Шид одликује висок степен прикључености домаћинстава на водоводну мрежу, као и недовољна изграђеност и прикљученост на канализациону мрежу. Укупна дужина водоводне мреже Општине износи 223 km. Комплетна водоводна инфраструктура је у надлежности ЈКП „Водовод“ Шид.²⁶

²¹ https://www.zeleznicesrbije.com/srpske-zeleznice-15-decembra-presle-na-novi-red-voznje/?utm_source

²² Исто.

²³ <https://www.google.rs/maps/>

²⁴ Исто.

²⁵ Исто.

²⁶ План развоја општине Шид 2018-2028.

<https://sid.rs/wp-content/uploads/2022/06/sluzbeni-list-18-2022-prilog-1.pdf>

4.4 Степен привредног развоја општине Шид

Уредбом о утврђивању јединствене листе развијености региона и јединица локалне самоуправе Шид спада трећој групи према степену развијености ЈЛС (у распону од 60% до 80% републичког просека).²⁷

Природна богатства општине Шид представљају основу за развој привреде. Подручје општине располаже привредним ресурсима који обезбеђују основне претпоставке за повећање економске снаге и динамични развој општине. Доминантне привредне гране су: пољопривреда, индустрија, трговина, услужне делатности и саобраћај. Познати су пољопривредно-индустријски комбинат и хемијска индустрија.²⁸

Међу значајније ресурсе убрајају се пољопривредно земљиште (44.00 хектара ораница, претежно типа чернозем), шумско пространство (на површини око 22.000 хектара), добар географски положај и развијена мрежа друмског и железничког саобраћаја (погодна за индустријски, трговински и сваки други напредак). Природне лепоте, велики број историјских и културних споменика, Галерија слика „Сава Шумановић“ и Музеј наивне уметности „Илијанум“, добар су основ за развој свих облика туризма.²⁹

Пољопривредно земљиште представља најобимнији и најзначајнији ресурс на који се наслања велики део индустрије ове регије.

Пољопривреда и шумарство су најстарија занимања овдашњег становништва. Последњих година евидентан је развој воћарства и виноградарства на све већим површинама.³⁰

Што се тиче саме индустрије и она се претежно ослања на пољопривреду. Фабрика уља, силоси, прерада меса, хладњаче, винарије, штампарије, занатски погони и радионице само су индустријског потенцијала овога краја.³¹ Стављањем у погон индустријске зоне поред ауто пута Е-70 започела је нова етапа развоја која ће најбоље искористити изванредан геостратешки положај ове општине.³²

Туризам није издвојен као посебна делатност у статистици, када је у питању праћење обима запослености и нивоа инвестиција у поједине области јер се прожима кроз различите делатности али се његов развој може делимично пратити и кроз кретање инвестиција и броја запослених у сектору смештаја и исхране.³³

Табела 4. показује обим запослених по најчешћим делатностима и за посматрани период највише запослених било је у прерађивачкој индустрији. Велики удео имала је трговина на велико и мало, као и пољопривреда, државна управа и саобраћај. Сектор

²⁷ <https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/vlada/uredba/2014/104/1>

²⁸ <https://sid.rs/privreda/>

²⁹ Исто.

³⁰ Исто.

³¹ Исто.

³² <https://sid.rs/privreda/>

³³ Исто.

Програм развоја туризма општине Шид за период 2025 – 2030. годину

смештаја и исхране има најмањи број запослених од поменутих делатности, што указује на то да туризам још увек није доминантна привредна делатност иако има велики значај за град. Позитивно је то што је од 2019. године број запослених у сектору смештаја и исхране у сталном порасту.

Табела 4. Обим запослених по најчешћим делатностима (год. просек) у Шиду од 2019-2023.

Година	Укупно	Државна управа	Прерађивачка	Трговина на велико и мало	Образовање	Услуге исхране и смештаја	Пољопривреда	Саобраћај
2019.	7.381	756	1.909	946	475	174	617	607
2020.	7.301	673	1.955	928	468	185	627	597
2021.	7.390	653	2.083	912	480	180	633	586
2022.	7.129	637	1.922	896	481	186	608	591
2023.	6.979	617	1.845	860	482	183	586	604

Извор: Општине и региони у РС, 2024, 2023, 2022, 2021, 2020.

Табела 5. Обим остварених инвестиција у нова основна средства за поједине делатности у Шиду од 2019- 2023. (у хиљадама динара)

Година	Прерађивачка	Пољопривреда	Трговина на велико и мало и поправка моторних возила	Саобраћај	Услуге исхране и смештаја
2019.	348.144	199.143	16.586	-	-
2020.	1.179.562	857.486	94.636	316.881	-
2021.	655.933	664.576	29.737	18.788	-
2022.	762.537	1.013.077	33.235	31.863	-
2023.	1.016.889	635.505	6.111	41.724	-

Извор: Општине и региони у РС, 2024, 2023, 2022, 2021, 2020

Највише инвестиционих улагања у новоосновна средства била су у оквиру прерађивачке индустрије, и то највише 2020. године (1.179.562 РСД), најмање улагање било је 2019. године (348.144 РСД). Након ове делатности, следећи сектор са највише улагања јесте Пољопривреда; Трговина на велико и мало и поправка моторних возила; Саобраћај. Што се тиче сектора „Услуге и смештаја“ нема податка за наведени период.

5. АНАЛИЗА ПОСТОЈЕЋЕГ СТАЊА РАЗВОЈА ТУРИЗМА ОПШТИНЕ ШИД

5.1 Кључни показатељи туристичког промета у периоду 2020-2024.

За анализу туристичког промета у општини Шид биће представљени подаци од 2020. до 2024. године. Највећи укупан број долазака је забележен 2024. године (5147 туриста), што може указивати на опоравак и раст туристичке активности након претходних година. Насупрот томе, најмањи број долазака, евидентиран је 2020. године (389 туриста). Мали број туриста те године је оправдан с обзиром на кризу изазвану пандемијом COVID-19, која је значајно ограничила туристичка кретања и довела до привременог застоја у сектору. У односу на ту годину, 2024. је забележила значајан раст, при чему је број туриста више него тринаестоструко већи. У свим годинама доминирају домаћи туристи, а њихов проценат је био највиши у 2024. години (78,8%).

Овај пораст удела домаћих посетилаца може указивати на смањен интерес страних туриста, што може бити резултат различитих фактора, као што су промене у туристичким трендовима, економске околности, геополитичка ситуација или специфичности понуде које су више прилагођене домаћем тржишту.

Табела 6. Број долазака туриста за општину Шид за период од 2020. до 2024. године

Година	Укупан број долазака	Домаћи туристи	Страни туристи	Учешће у укупном броју долазака у %	
				Домаћи	Страни
2020.	389	324	65	83,3	16,7
2021.	2085	1425	660	68,4	31,6
2022.	1857	1265	592	68,1	31,9
2023.	1982	1316	666	66,4	33,6
2024.	5147	4056	1091	78,8	21,2

Извор: подаци за период од 2020. до 2024. године еТуриста Шид

Највећи број ноћења је забележен 2024. године (11.550), што представља значајан раст у односу на претходне године. Насупрот томе, најмањи број ноћења је евидентиран 2022. године (6.046). У поређењу са 2024. годином, то представља разлику од 5.504 ноћења, односно пораст од око 91%. Најмањи број ноћења 2022. године се поклопио са смањеним учешћем страних туриста (21,5%), што може бити последица споријег опоравка међународних путовања након пандемије, економских фактора или недовољне промоције дестинације на страним тржиштима. Супротно, веће учешће домаћих туриста и број ноћења у 2024. години могу указивати на растућу популарност дестинације међу домаћим посетиоцима, побољшану туристичку понуду или повољније економске прилике које су омогућиле дужи боравак.

Табела 7. Број ноћења туриста у општини Шид за период од 2020. до 2024. године

Година	Укупно	Домаћи туристи	Страни туристи	Учешће у укупном броју у %	
				Домаћи	Страни
2020.	796	574	222	72,1	27,9
2021.	6416	4117	2299	64,2	35,8
2022.	6046	4746	1300	78,5	21,5
2023.	6408	4345	2063	67,8	32,2
2024.	11550	8026	3524	69,5	30,5

Извор: подаци за период од 2020. до 2024. године еТуриста Шид

Просечна дужина боравка туриста је варијала током периода од 2020. до 2024. године, при чему су страни туристи доследно боравили дуже од домаћих. Укупна просечна дужина боравка је достигла врхунац 2022. године (3,25 дана), након чега је уследио пад, нарочито у 2024. години (2,24 дана). Посебно је уочљив тренд скраћивања боравка домаћих туриста, који је у 2022. години био 3,75 дана, а у 2024. години сведен на 1,99 дана, што може указивати на популаризацију краћих путовања или економске факторе. Са друге стране, страни туристи су задржали сличну дужину боравка (3,23 дана у 2024.), што сугерише да су они који су посетили дестинацију и даље преферирали дужи боравак, иако је њихов удео у укупном броју туриста био мањи.

Табела 8. Просечна дужина боравка туриста у Шиду за период 2020-2024. године (у данима)

Година	Просечна дужина боравка (у данима)		
	УКУПНО	Домаћи	Страни
2020.	2,04	1,77	3,41
2021.	3,07	2,89	0,29
2022.	3,25	3,75	2,19
2023.	3,23	3,30	3,09
2024.	2,24	1,99	3,23

Извор: подаци за период од 2020. до 2024. године еТуриста Шид

5.2 Организације туристичког сектора на нивоу туризма Шида

Актери на туристичком тржишту представљају заинтересоване стране, које могу бити појединци, групе или организације са директним или индиректним утицајем на туризам дестинације. Укључивање свих заинтересованих страна у процес доношења одлука има кључну улогу у развоју туризма. Да би се боље разумеле њихове улоге, неопходно је идентификовати који су кључни актери у овом процесу.

Табела 9. Приказ кључних актера за развој туризма у Шиду

Назив	Кратак опис
Локална самоуправа	Локалну самоуправу чини Кабинет председника, Скупштина општине, Општинско веће и Општинска управа. Обавља послове у складу са Законом о локалној самоуправи. Јавне установе и предузећа обављају делатности од општег значаја за општину, доприносећи њеном функционисању и развоју.
Туристичка организација Шид	Од 2008. године па до данас, ТО Шид остварује своју мисију промовисања природних и културно-историјских знаменитости општине, са циљем унапређења развоја туризма. Основна делатност организације је усмерена на унапређење и промоцију туризма, побољшање пословања у привредном сектору, као и на координацију активности и сарадњу између привредних и других субјеката у туризму. ТО Шид доноси годишњи програм и план промотивних активности, обезбеђује информативно-пропагандни материјал за промоцију туристичких вредности, прикупља и објављује информације о целокупној туристичкој понуди општине. Такође, организује и учествује у реализацији научних, стручних, спортских, културних и других скупова и манифестација. Поред тога, управља туристичко-информативним центром, где се туристима пружају бесплатне информације, продају сувенири и дели промотивни материјал. ТО Шид посредује у пружању услуга у домаћој радиности, подстиче реализацију програма изградње туристичке инфраструктуре и уређење простора, као и друге активности у складу са Законом и Статутом.
Галерија слика „Сава Шумановић“ Шид	Галерија слика „Сава Шумановић“ у Шиду, као национална установа културе, чува вредан уметнички фонд који обухвата 417 дела – 350 слика у техници уља на платну и 67 скица у различитим техникама, укључујући цртеж, пастел, акварел и разблажену темперу. Галерија је посвећена очувању, конзервацији, рестаурацији, проучавању и изложбама ових дела. У њеној непосредној близини се налази Спомен кућа Саве Шумановића, која је под заштитом Завода за заштиту споменика културе. Отворена за посетиоце од 1982. године, ова кућа чува породични намештај и атеље у којем је Сава Шумановић стварао своја ремек-дела.
Музеј наивне уметности „Илијанум“	Музеј наивне уметности „Илијанум“ основан је 1970. године, након што је Илија Босиљ свом родном граду Шиду поклонио своју колекцију од 287 слика, уз око 50 дела других наивних уметника из земље и света. Признање његовом стваралаштву је стигло и на глобалном нивоу – 2007. године, престижни часопис Raw Vision, добитник награде УНЕСКА за најбољи уметнички часопис на свету, уврстио је Илију Башичевића Босиља међу 50 најзначајнијих аутсајдер уметника. Његова дела се налазе у бројним приватним колекцијама широм света, а међу власницима његових слика је и славна италијанска глумица Софија Лорен, што додатно сведочи о уметничковој величини и значају.

Програм развоја туризма општине Шид за период 2025 – 2030. годину

<p>Културно образовни центар Шид</p>	<p>Културно образовни центар у Шиду, као и све установе културе, има задатак да представи културно и уметничко стваралаштво на начин који подстиче развој и ширење видика, пратећи савремене токове и унапређење уметности како у Србији, тако и у свету. У оквиру центра делују бројне секције, међу којима су: 1) СКУД „Свети Сава“, 2) Народни оркестар, 3) Тамбурашки оркестар, 4) Градски хор „Хоршидеја“, 5) Аматерско позориште „Бранислав Нушић“, 6) Балетска секција, 7) Књижара „Доситеј“ и 8) Издавачка делатност.</p>
<p>Културно уметничка друштва националних мањина</p>	<p>У Шиду активно делују културно-уметничка друштва националних мањина, међу којима су Словачко КУД „Једнота“, КУД „Ђура Киш“, које окупља припаднике русинске заједнице и Хрватско КУД „Шид“. У насељеном месту Ердевик традицију чувају КУД „Бранко Радичевић“ и Словачко културно-просветно друштво „Ердевик“, док је у Вишњићеву активно КУП „Филип Вишњић“. У Бикић Долу делује Русинско КУД „Иван Котљаревски“. Такође, у многим насељеним местима, најчешће у оквиру удружења жена, постоје фолклорне групе које својим наступима доприносе културном животу и очувању традиције општине Шид.</p>
<p>Установа за физичку културу и спортску рекреацију „Партизан“ Шид</p>	<p>Установа за физичку културу и спортску рекреацију „Партизан“ Шид нуди разноврстан спортски и рекреативни програм прилагођен свим узрасним категоријама – од предшколског узраста и ученика основних и средњих школа до одраслих и радно активног становништва. Осим спортских активности, установа пружа подршку локалној заједници, уступајући своје објекте, „Партизан“ и Спортску халу, општинским удружењима и установама за одржавање културних и других друштвених манифестација.</p>
<p>Ресторани, винарије и локални произвођачи домаћих производа, хране и пића</p>	<p>На обронцима Фрушке горе се простиру виногради са сортама грождја од којих настају врхунска вина. Вински подруми, од малих породичних до већих винарија отворених за посетиоце, сведоче о дугој традицији винске културе у овом крају. Уз квалитетна вина, неизоставни део гастрономске понуде чине и домаћи специјалитети припремљени од најфинијих сировина, са посебним акцентом на сухомеснате производе, који представљају аутентичан укус Срема. Традиционални рецепти, преношени генерацијама и вештина локалних произвођача чине ову понуду јединственом, док ресторани у општини Шид нуде разноврсна јела у којима се спајају традиција и савремени гастрономски трендови.</p>
<p>Удружења грађана</p>	<p>На територији општине Шид је регистровано више од 130 удружења грађана, која на посредан или непосредан начин доприносе културном идентитету општине. Међу њима су Одред извиђача „Лазар Бибић“, Еколошки покрет Шид, Савез удружења бораца народноослободилачког рата општине Шид, Удружење пчелара, као и Удружење ликовних уметника и стваралаца. Удружење жена „Вишњићево“ је задужено за одржавање и представљање етно поставке „Филип Вишњић“.</p>

Извор: <https://sid.rs/>; План развоја општине Шид 2022 – 2028.

За развој туризма у Шиду значајну улогу имају ТО Шид, која промовише природне и културне знаменитости и управља информативним центром, Галерија „Сава Шумановић“ са 417 уметничких дела и Музеј наивне уметности „Илијанум“, посвећен стваралаштву Илије Босиља. Културно образовни центар организује манифестације и уметничке програме, док КУД-ови националних мањина доприносе очувању традиције. Спортска установа „Партизан“ привлачи посетиоце кроз спортско-рекреативне садржаје, а јавна предузећа одржавају инфраструктуру неопходну за квалитетан боравак посетилаца.

5.3 Анализа понуде туристичко-угоститељских капацитета

Општина Шид располаже са укупно 36 објеката за смештај гостију, који нуде 164 смештајне јединице, 311 кревета и 400 индивидуалних лежаја. Преноћишта доминирају међу смештајним капацитетима. Иако их има 9, што чини 25% објеката, ова категорија обезбеђује чак 55,5% свих смештајних јединица и 67,5% укупног броја кревета. Сеоска туристичка домаћинства чине важан сегмент са 9 објеката, који чине 10,4% смештајних јединица и 9,3% укупног броја кревета.

Табела 10. Туристичко-угоститељски објекти за смештај за Шид

Врста објекта	Број објеката	Број смештајних јединица	Број кревета	Број индивидуалних лежаја
Хотел	1	23	24	38
Кућа	3	6	12	16
Апартман	3	4	3	6
Соба	9	9	15	20
Сеоско туристичко домаћинство	9	17	29	40
Преноћиште	9	91	210	253
Конак	1	9	9	18
Ловачка кућа	1	5	9	9
Укупно	36	164	311	400

Извор: eТуриста Шид

Хотелски смештај је слабо заступљен. Постоји само један хотел са 4 звездице, који нуди 14% смештајних јединица, али тек 7,7% кревета. Апартмани и куће чине заједно 16,7% објеката, али имају само 6,1% смештајних јединица и 4,8% кревета, што указује на мали капацитет по објекту. Конаци и ловачке куће имају минималан удео. Свака врста има по један објекат, са укупно 5 до 9 смештајних јединица и 9 до 18 кревета.

Ограничен број и недовољна разноврсност смештајних капацитета могу додатно утицати на краћу дужину боравка и мањи број посетилаца. Доминација преноћишта у укупној структури смештаја може указивати на преовлађујући тренд краћих посета у односу на дуже боравке.

5.4 Анализа постојећих кључних туристичких производа

Креирање туристичког производа је сложен процес који обухвата природне и антропогене атракције, пратећу инфраструктуру, услужне делатности (превоз, смештај, храну и сл.), као и људске ресурсе – све актере који доприносе развоју туристичке дестинације. Према члану 3, тачка 39) Закона о туризму („Сл. гласник РС“, бр. 17/2019), туристички производ представља скуп међузависних елемената, организованих као посебан вредносни ланац, који обухвата материјалне производе и услуге, природне вредности, културна добра, туристичке атракције, као и туристичку супраструктуру и инфраструктуру.

Табела 11. Анализа стања постојећих туристичких производа

Туристички производ	Анализа
Културни туризам	<p>Општина Шид поносно чува своје богато културно-историјско наслеђе, које сведочи о вековној традицији и стваралачком духу овог поднебља. Галерија слика „Сава Шумановић“, Музеј наивне уметности „Илијанум“, Народна библиотека „Симеон Пишчевић“, Спомен кућа Саве Шумановића, Спомен комплекс „Сремски фронт“ представљају значајне установе културе.</p> <p>Ликовна колонија „На путевима Саве Шумановића“ и манифестација „Вишњићеви дани“ доприносе развоју културног туризма кроз тематске уметничке и књижевне догађаје који привлаче посетиоце.</p> <p>Такође, црквена ризница Српског православног архијерејског намесништва шидског, смештена у Владичанском двору у Шиду, представља значајан културни ресурс.</p> <p>Тренутно, посетиоци могу индивидуално да обилазе ове локације, али недостају организовани пакети који би повезали културне и историјске целине у јединствена искуства, као и унапређење туристичке интерпретације културног наслеђа кроз вођење обиласке, тематске туре и интерактивне програме.</p>
Манифестације и догађаји	<p>Туристичку понуду употпуњују бројне манифестације које имају културни, гастрономски и спортски карактер. Посебно се издвајају гастрономске манифестације попут „Шидске кобасицијаде“, „Сремске кобасицијаде“, „Срем Клоб Коб Феста“ и „Сремске куленијаде“. Догађаји тј. дегустације вина доступне су у винаријама које кроз своје понуде омогућавају туристима да уживају у аутохтоним сортама вина. Значајне су и спортске манифестације: „Улицама Саве Шумановића“, меморијална кајакашка регата „Станиша Радмановић“ у Вишњићеву, као и културни догађаји попут „Шидског културног лета“. Такође, традиционална обележавања историјских догађаја, попут „Обележавања пробоја сремског фронта“ у Адашевцима. Посебно се издвајају две манифестације међународног карактера – „Мото сусрет“ и бициклистичка трка „Улицама Саве Шумановића“, које доприносе туристичкој препознатљивости општине.</p> <p>„Мото сусрет“ у Шиду годишње окупи између 4.000 и 5.000 посетилаца, док бициклистичка трка привлачи такмичаре из више европских земаља и налази се у календару Бициклистичког савеза Србије.</p>
Туризам специјалних	<p>Археолошки и културно-историјски локалитети, попут неолитског насеља „Градина на Босуту“, Моровићке тврђаве, римских артефаката из Беркасова</p>

интереса	<p>и римског саркофага из 4. века, представљају основу за развој вођених тематских тура. Ове туре још увек не укључују стручно вођење, презентације археолошких налаза и интерактивне садржаје који би допринели туристичкој атрактивности ових локалитета.</p> <p>У области активног одмора и излетничког туризма, природне целине као што су Парк природе „Мали Босут“, НП „Фрушка гора“, језера Брује, Мохарач и Сот, као и реке Босут и Студва, пружају основу за креирање туристичких производа усмерених на љубитеље природе.</p> <p>Посебан значај имају организовани туристички итинерери, попут „Диван је кићени Срем“, „Сремска куленијада“ и „Вишњићево“, који комбинују природне, културне и гастрономске елементе. На пример, итинерер „Вишњићево“ обухвата шетњу кроз резерват „Стара Вртичина“ са посетом храсту Филипа Вишњића, етно поставци у Вишњићеву, ручак у ловачком дому на обали Босута и посету Српској православној цркви Светог Николе.</p> <p>Ловни туризам, који се развија у ловиштима „Ворово“, ВУ „Моровић“, „Босут“ и „Сава“, пружа могућности за лов на јелена, срнећу дивљач, дивљу свињу, фазана и друге врсте дивљачи.</p> <p>Иако постоје значајни ресурси, њихова туристичка валоризација још увек није у потпуности развијена иако постоје иницијативе у виду горе наведених пакета и итинерера. Креирање интегрисаних туристичких производа, који укључују водичке услуге, тематске туре, активности у природи и додатне садржаје, могло би значајно да допринесе унапређењу туристичке понуде општине Шид.</p>
----------	---

Извор: <https://sidnasgrad.net/>; <https://vojvodina.travel/>

5.5 Активности на развоју туристичких производа

Општина Шид, на основу својих природних и културних ресурса, нуди туристичку понуду током целе године и представља подручје са значајним потенцијалном за развој туризма. Ипак, туристички производи још увек нису у потпуности валоризовани, повезани и комерцијализовани на адекватан начин. Тренутно, општина Шид највише улаже у развој следећих туристичких производа:

Табела 12. Анализа стања постојећих туристичких производа

Туристички производ	Садашња активност на развоју
Културни туризам	<p>У складу са Планом развоја општине Шид 2022-2028., један од приоритетних циљева је унапређење капацитета главних носилаца културних активности за реализацију постојећих и креирање нових културних програма. Ово потврђује стратешко усмерење ка развоју културног туризма и креирању одрживих садржаја који ће привући већи број посетилаца. Такође, Планом су предвиђене мере усмерене на умрежавање и активирање културних институција, као и на интензивнију промоцију културног наслеђа, чиме се стварају услови за његову већу видљивост и туристичку валоризацију. Исто тако, Планом је предвиђена и заштита, конзервација и безбедно чување културних добара, што представља значајан аспект развоја културног туризма. Све ове мере доприносе дугорочној одрживости културних ресурса.</p>
Манифестације	Иако је манифестациони туризам један од најразвијенијих туристичких

Програм развоја туризма општине Шид за период 2025 – 2030. годину

и догађаји	производа општине, недостатак смештајних капацитета представља значајан изазов. Планом развоја општине Шид 2022-2028., предвиђене су мере које могу допринети унапређењу инфраструктуре за одржавање догађаја, укључујући реконструкцију спортске хале у Шиду, чиме би се побољшали услови за организацију различитих манифестација. Такође, План је предвиђено и проширење капацитета постојећих угоститељских објеката за смештај, што би допринело бољој организацији и већој посећености догађаја, омогућавајући туристима дужи боравак и додатни економски ефекат за локалну заједницу.
Туризам специјалних интереса	У Плану развоја општине Шид 2022-2028. идентификовани су изазови попут недовољно развијене бицикличке инфраструктуре и угрожене безбедности бициклиста, због чега су предвиђене посебне мере у циљу њиховог унапређења. Једна од мера је изградња бицикличких стаза између појединих насељених места на територији општине Шид, што би утицало на повећање безбедности бициклиста у саобраћају, подстицање веће употребе бицикла као превозног средства и потенцијално укључење ових стаза у туристичке сврхе. Такође, Планом је превиђена и изградња пешачких и бицикличких стаза, као и додатног садржаја на локалитету Фрушка гора, чиме би се побољшала доступност природних и рекреативних зона. Све то, допринело би развоју активног туризма и дужем задржавању туриста у овој области.

Извор: План развоја општине Шид 2022-2028.; <https://sid.rs/>; <https://vojvodina.travel/>

Поред наведених туристичких производа, може се издвојити и потенцијал за развој тематске руте. Општина Шид има потенцијал за укључивање у тематске винске туре, ослањајући се на виноградарску традицију и квалитетна вина. На територији општине Шид послују бројне винарије, међу којима су „Две куле“ (Бачинци), „Дангуба“ (Шид), „Кремановић ДМНС“ (Шид), „Ердевик Винска кућа“ (Ердевик), „Тривановић“ (Шид), „Винат“ (Ердевик), „Кубе“ (Ердевик), „Брестовачки“ (Ердевик), „Илић Нијемчевић“ (Бикић До), „МСС“ (Ердевик), ПГ „Сокол“ (Бикић До) и „Галеа Валис“.

Близина главних саобраћајница и туристичких центара омогућава лак приступ посетиоцима, што би могло допринети развоју конкретних туристичких производа, обогаћивању понуде општине и подршци локалној економији кроз повећање броја туриста. Такође, општина Шид има потенцијал за развој тематске руте која би повезала локалне сакралне објекте са манастирима на Фрушкој гори. Ову могућност додатно оснажују Манастир Света Петка у Беркасову, Манастир Привина Глава, Храм преноса моштију Светог оца Николаја и Црквена ризница Српског православног архијерејског намесништва у Шиду. Посебна шанса лежи у њиховом повезивању са манастирима Фрушке горе, чиме би се створиле заокружене туристичке целине у оквиру шире дестинације „Нови Сад, Фрушка гора и Сремски Карловци“. Стратегија развоја туризма РС 2016-2025 препознаје општину Шид као њен саставни део, што додатно подржава овај концепт.

5.6 Анализа људских ресурса у области туризма и угоститељства

На територији општине Шид се основно образовање реализује у пет матичних школа и 14 подручних одељења. Средње образовање обухвата две школе, Гимназију „Сава Шумановић“ и Техничку школу „Никола Тесла“. Гимназија нуди општи, друштвено-језички смер и смер економски техничар, док Техничка школа школује кадрове у трогодишњим и четворогодишњим образовним профилима, као што су трговац, бравар, аутомеханичар, пољопривредни техничар и електротехничар рачунара.

Иако Техничка школа образује кадрове у различитим стручним областима, у општини не постоје образовни профили усмерени ка туризму, попут туристичких техничара или угоститељских радника, што представља изазов за развој локалног туристичког сектора.

Према подацима Републичког завода за статистику, објављеним у публикацијама Општине и региони у РС (2020, 2021, 2022, 2023, 2024) у Шиду сектор услуга исхране и смештаја има најмањи број запослених у односу на друге привредне делатности. Ово указује на то да туризам, иако значајан за град, још увек није доминантна привредна грана. Ипак, позитиван тренд је континуиран пораст броја запослених у овом сектору од 2019. до 2023. године, са 174 на 183 запослена. Такође, у циљу унапређења туристичке понуде, План развоја општине Шид 2022-2028 предвиђа мере едукације запослених у туризму и пружаоца услуга.

6. SWOT АНАЛИЗА – ПРЕДНОСТИ И НЕДОСТАЦИ РАЗВОЈА ТУРИЗМА

SWOT (strenghts, weaknesses, opportunities, threats) анализа је корисна техника за идентификовање снага и слабости, као и процену прилика и претњи у окружењу. Она обухвата два фактора: унутрашње, који се односе на ресурсе и искуство унутар дестинације (снаге и слабости) и спољашње, који потичу из окружења на које дестинација нема директан утицај, али могу утицати на њен даљи развој (прилике и претње).

Табела 13. SWOT анализа

СНАГЕ
Људски ресурси <ul style="list-style-type: none">• Општина Шид је стратешки посвећена унапређењу положаја младих.
Инфраструктура и саобраћај <ul style="list-style-type: none">• Статус пограничне општине.• Веома повољан географски и саобраћајни положај, на удаљености око 78 km од Новог Сада и око 110 km од Београда.• Висок степен прикључености домаћинства на водоводну мрежу.• Индустијска зона уз аутопут Е-70.• Близина аутопута Е-70.• Велик део територије општине у зони заштите НП „Фрушка гора“.• Европски железнички коридор 10.

- Добро стање спортских објеката и добри услови за развој спорта.
- Заштићена подручја на територији Општине
- Општину одликује статус пограничне општине јер на њеној територији има шест граничних прелаза.

Туристички производи

- Културни туризам и мултикултуралност – Разноврсни културни ресурси
- Манифестације и догађаји – Разноликост културних, историјских и гастрономских манифестација;
- Туризам специјалних интереса - Природна богатства као основа за развој активног туризма; Већ препозната атрактивност.

Усклађеност са другим делатностима

- Општина Шид интегрише развој туризма у стратешке циљеве Програма развоја општине, усклађујући га са привредним и омладинским политикама.

Маркетинг и дистрибуција

- Постојање сајта и канала на друштвеним мрежама ФБ и Инстаграм.
- Разноврсне брошуре.
- Учествовање на сајмовима туризма.
- Организација тематских догађаја.

НЕДОСТАЦИ (СЛАБОСТИ)

Људски ресурси

- Недовољан број образовних профила усмерених конкретно ка туризму, што представља критичан недостатак у формирању адекватног кадра за туристички сектор.
- Сектор услуга исхране и смештаја има најмањи број запослених у поређењу са другим привредним делатностима, што указује на недовољну развијеност.

Инфраструктура и саобраћај

- Недовољно добро стање локалних путева: Општина Шид има око 80 km локалних путева који су у релативно лошем стању и захтевају реконструкцију. Више од 30 година нису вршени значајни радови на рехабилитацији ових путева.
- Проблем теретног саобраћаја кроз насеља.
- Недовољна прикљученост на канализациону мрежу, само насеље Шид има изграђену канализацију.
- Вода за пиће би могла бити бољег квалитета (физичко-хемијска и микробиолошка), али је безбедна за употребу.
- Неадекватан систем за управљање отпадом.
- Недовољан број бициклических и пешачких стаза.
- Недостатак угоститељских објеката за смештај већег капацитета (више од 50 индивидуалних лежаја), као и недовољан број категорисаних смештајних капацитета је један од значајнијих недостатака.

Туристички производи

- Недовољно развијен и обликован туристички производ у сегментима културног туризма и туризма специјалног интереса;
- Већина атракција и локалитета није адекватно или у потпуности валоризована;
- Одсуство тематских рута онемогућава стварање интегрисаног туристичког производа, због чега посетиоци обилазе само појединачне локалитете уместо повезаних атракција.

- Непостојање истраживања на археолошким налазиштима.

Усклађеност са другим делатностима

- Недовољна координација у управљању отпадом може негативно утицати на развој туризма у општини Шид, јер може довести до појаве дивљих депонија и загађења животне средине, што умањује туристичку привлачност и захтева боље усклађивање између сектора.

Маркетинг и дистрибуција

- Недостатак кратких видео објава (reels).
- Непостојање налога на ТикТок-у.
- Застарео и неоптимизован сајт.

ПРИЛИКЕ (ШАНСЕ)

Људски ресурси

- План развоја општине Шид 2022-2028. предвиђа мере едукације запослених у туризму, што може да допринесе специјализацији и унапређењу квалитета услуга.
- Улагање у специфичну обуку (туристички техничари, угоститељски радници) може да повећа конкурентност туристичког сектора.

Инфраструктура и саобраћај

- Планирана је изградња обилазног пута око Шида, што ће смањити теретни саобраћај кроз насеља и побољшати безбедност и квалитет живота становника.
- Модернизација пруге од Београда ка Шиду, која би затим била настављена према Загребу, Љубљани и Италији.
- Близина НП „Фрушка гора“.
- Унапређење туристичких локалитета и инфраструктуре – План развоја општине Шид 2022-2028. предвиђа адаптацију и изградњу туристичке инфраструктуре и супраструктуре.

Туристички производи

- Интегрисане туристичке руте - Развој рута које спајају културне знаменитости (галерија „Сава Шумановић“, манастири, споменици), природне ресурсе (Фрушка гора) и гастрономску понуду (фрушкогорска вина, локална традиционална кухиња).
- Регионална сарадња - Повезивање са суседним општинама Срема ради стварања регионалне туристичке дестинације која укључује винске туре, гастрономске манифестације и културне догађаје.
- Транзитни туризам - Близина границе са Хрватском и ауто-пута омогућава привлачење транзитних туриста кроз кратке програме, попут једнодневних излета.
- Тематске туре и јединствене улазнице - Развој тематских тура и увођење јединствених улазница за културно-историјске атракције доприноси бољем повезивању локалитета и повећању посећености.
- Једнодневни излети – Развој додатних једнодневних излета као што су „Диван је кићени Срем“, „Сремска куленијада“ и „Вишњићево“ који комбинују посете етно поставкама, сакралним објектима и осталим културним знаменитостима пружа прилику за проширење и унапређење туристичке понуде.
- Спа и wellness у бањама/здравствени туризам - План развоја општине Шид 2022-2028. предвиђа коришћење извора термоминералне воде у сврху развоја бањског туризма.
- Планом развоја општине Шид 2022-2028. предвиђено је јачање еко и етно туризма у

Програм развоја туризма општине Шид за период 2025 – 2030. годину
руралним срединама кроз категоризацију сеоских туристичких домаћинстава.

Усклађеност са другим делатностима

- Унапређење координације између различитих сектора може довести до ефикаснијег управљања комуналним отпадом што ће се позитивно одразити и на туризам

Маркетинг и дистрибуција

- Сарадња са инфлуенсерима.
- СЕО оптимизација и редизајн постојећег сајта.
- Ангажовање особе за вођење друштвених мрежа.

ПРЕТЊЕ

Људски ресурси

- Одлив становништва.
- Без адекватне специјализације и стручне обуке, позитиван тренд у развоју кадра у сектору туризма се може успорити.
- Недовољна припремљеност кадра у туризму може да доведе до смањења конкурентности и отежати задржавање туриста на дестинацији.

Инфраструктура и саобраћај

- Недостатак финансијских средстава ограничава развој туристичке инфраструктуре, што може довести до мање атрактивне понуде и одлива посетилаца ка конкурентним дестинацијама.

Туристички производи

- Недостатак модерне интерпретације и промоције културног наслеђа – Културне атракције потребно је почети представљати на савремен начин (дигитални садржаји, интерактивне изложбе), њихова посећеност може остати ниском нивоу.
- Слаб туристички промет услед транзитног карактера општине – Општина Шид је често само пролазна тачка за путнике, што може да утиче на кратко задржавање туриста.

Усклађеност са другим делатностима

- Недостатак координације између кључних актера у туризму и другим секторима, као што су пољопривреда, заштита животне средине и локалне комуналне службе, може представљати претњу развоју туризма у општини Шид. Ова неусклађеност може довести до неефикасног коришћења ресурса и смањења квалитета туристичке понуде.

Маркетинг и дистрибуција

- Конкурентске дестинације које увелико користе предности кратке видео форме и инфлуенсер маркетинг.
- Брзо смењиви трендови у дигиталном маркетингу.
- Лош одабир инфлуенсера за сарадњу.

7. РАЗВОЈНИ МОДЕЛ, ЦИЉЕВИ И ПРОЈЕКЦИЈЕ ОДРЖИВОГ РАЗВОЈА ТУРИЗМА ОПШТИНЕ ШИД

У циљу унапређења конкурентске позиције општине Шид, потребно је дефинисати јасну визију и мисију развоја туризма. Визија општине Шид у наредних десет година формулисана је на основу партиципативног приступа – комбинацијом експертских закључака и консултативних састанака са стејкхолдерима на дестинацији (јавни, приватни, цивилни сектор).

Културно наслеђе знаменитих личности Саве Шумановића и Филипа Вишњића, верски туризам заснован на манастирима и црквама, историјски значај Сремског фронта, туризам специјалних интереса заснован на природним ресурсима Парка Природе "Мали Босут", језера Брује, Мохач и Сот, као и ловишта попут Ловишта Моровић, употпуњени

препознатљивом сремском гастрономијом и бројним винаријама на територији Општине представљају снажну ресурсну базу за подизање конкурентности општине и креирање препознатљивости на мапи туристичких дестинација Србије. Све наведено чини општину Шид привлачном регионалним али пре свега домаћим туристима. Транзитна позиција на тремеђи Србије, Хрватске и БиХ, чини општину стратешки добро позиционираном за развој транзитног туризма и погодном излетничком дестинацијом.

Из свега наведеног произилази визија:

Општина Шид је културна престоница Срема и винска оаза која живи током целе године и која посетиоцима нуди аутентичан спој културе, историје, природе презентоване на савремен начин уз висок квалитет гастрономског и енолошког доживљаја.

Шид такође тежи да се позиционира као најпожељнија излетничка дестинација у наредних 10 година која нуди мноштво садржаја, активности и тематских тура за квалитетан боравак посетилаца.

Мисија тј. начела операционализације визије туризма:

Дефинисана визија општине Шид као туристичке дестинације оствариће се кроз јасно дефинисану мисију:

- Дестинација ће унапређењем инфраструктуре додатно развити свој протфолио производа који креирају јединствено туристичко искуство– пре свега туризам специјалних интереса и културни туризам (музеји, галерије, манастири и цркве, гастрономија);
- Дестинација ће креирати управљачки модел заснован на партиципативном моделу одлучивања;
- Дестинација ће јасно дефинисати приоритетне туристичке сегменте и развити стратегије њиховог привлачења на дестинацију;

- Дестинација ће ставити значајан фокус на едукацију у сфери туризма, посебно туристичке привреде и локалног, руралног становништва;
- Дестинација ће развити свој јасан и препознатљив бренд идентитет који ће комуницирати свиактери на дестинацији.

Из дефинисане мисије и визије развоја дестинације произилазе и развојни циљеви: општи, појединачни и посебни. Из наведене визије и мисије општине Шид као туристичке дестинације произилазе развојни циљеви: општи, посебни и појединачни.

Општи циљ којем општина Шид тежи је: КРЕИРАЊЕ АТРАКТИВНЕ И ПРЕПОЗНАТЉИВЕ ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ НА НАЦИОНАЛНОМ И РЕГИОНАЛНОМ ТРЖИШТУ

Како би се остварио овај циљ, формулисано је три посебна циља са својим појединачним циљевима:

ПОСЕБАН ЦИЉ 1: Повећање укупног броја долазака и ноћења туриста уз продужење њиховог боравка на дестинацији

Појединачни циљ 1: Изградња и унапређење туристичке инфраструктуре и сигнализације

Појединачни циљ 2: Развој и пласирање туристичких производа на тржиште

ПОСЕБАН ЦИЉ 2: Повећање видљивости дестинације применом иновативног система менаџмента и маркетинга дестинације

Појединачни циљ 1: Унапређење видљивости дестинације на тржишту

Појединачни циљ 2: Дефинисање и комуницирање крвног бренда туристичке дестинације

Појединачни циљ 3: Унапређење система управљања туристичком дестинацијом

ПОСЕБАН ЦИЉ 3: Повећање броја квалификованих и обучених људских ресурса у туризму

Појединачни циљ 1: Унапређење вештина и знања запослених у туризму

Појединачни циљ 2: Подизање капацитета локалног становништва за рад у туризму

Како би се анализирао степен остварености наведеног општег циља са формулисаним посебним и појединачним циљевима дефинисани су квантитативни и квалитативни индикатори који се односе на пројекције развоја туризма. На основу квантитативних индикатора даље су урађене пројекције раста туризма (туристичког промета) у наредних 5 година.

Кључни квантитативни индикатори:

- Раст броја туристичких долазака за 25%
- Раст броја остварених ноћења за 25%

Предвиђа се да ће доласци и ноћења домаћих туриста расти брже од страних, односно предвиђа се раст долазака страних туриста за 20% и њихових ноћења за 21%, док ће раст домаћих долазака и ноћења бити око 30%.

Кључни квалитативни индикатори:

- Развој брэнда, са посебним акцентом на културно наслеђе Саве Шумановића и Филипа Вишњића, као и на историјском значају Сремског фронта и његовом потенцијалу за причање приче.
- Издавање више средстава за унапређење вебсајта и дигиталних канала оглашавања
- Унапређење инфраструктуре као предуслова развоја појединих туристичких производа (смештајни капацитети - хотел, отварање нових сеоских домаћинстава, пешачке и бициклистичке стазе, унапређење инфраструктуре институција културе, туристичка сигнализација итд.)
- Континуирана едукација запослених у туризму и подизање капацитета локалног становништва ради њиховог укључивања у туризам
- Савремена интерпретација атракција уз примену дигитализације ради повећања броја посетилаца и њихове потрошње као и њиховог дужег задржавања на дестинацији

На основу предвиђеног раста броја долазака и ноћења туриста, и узимајући у обзир кретања туристичког промета у 2024. године урађене су пројекције раста броја туриста и ноћења - Табеле 14. и 15.

У табели 14. приказане су пројекције раста броја туриста са кумулативном стопом од 25%, закључно са 2030. годином.

Табела 14. Пројекције раста броја долазака страних и домаћих туриста до 2029. године

Година	УКУПНО	Домаћи	Страни	Просечна годишња стопа раста долазака домаћих туриста у %**	Просечна годишња стопа раста долазака страних туриста у%***	Учешће у укупном броју долазака у %	
						Домаћи	Страни
2020.	389	324	65			83,3	16,7
2021.	2085	1425	660	339,8%	915,4%	68,4	31,6
2022.	1857	1265	592	-11,2%	-10,3%	68,1	31,9
2023.	1982	1316	666	4,0%	12,5%	66,4	33,6
2024.	5147	4056	1091	208,2%	63,8%	78,8	21,2
2025.	5360	4239	1122	4,5%	2,80%	79,08	20,92
2026.	5597	4442	1155	4,8%	3,00%	79,36	20,64
2027.	5856	4664	1192	5,00%	3,20%	79,64	20,36
2028.	6140	4907	1234	5,20%	3,50%	79,91	20,09
2029.	6457	5176	1281	5,50%	3,80%	80,17	19,83
2030	6484	5201	1283	6,00%	4,00%	80,21	19,79
Кум. раст у %	25,9	31	20,3				

Извор: еТуриста Општине Шид и Прорачун аутора

*Кумулативни раст је израчунат по формули: (укупан бр долазака туриста у 2030. години/укупан број долазака туриста у 2024. години

** Просечна годишња стопа раста долазака домаћих туриста израчуната је по формули: (број долазака домаћих туриста у текућој години/број долазака домаћих туриста у претходној години)-1

*** Просечна годишња стопа раста долазака страних туриста израчуната је по формули: (број долазака страних туриста у текућој години/број долазака страних туриста у претходној години)-1

Програм развоја туризма општине Шид за период 2025 – 2030. годину

У табели 15 приказане су пројекције раста броја ноћења туриста са кумулативном стопом од 25%, закључно са 2030. годином.

Табела 15. Пројекције раста броја ноћења страних и домаћих туриста до 2029. године

Година	УКУПНО	Домаћи	Страни	Просечна годишња стопа раста долазака домаћих туриста у %**	Просечна годишња стопа раста долазака страних туриста у %***	Учешће у укупном броју ноћења у %	
						Домаћи	Страни
2020.	796	574	222			72,1	27,9
2021.	6416	4117	2299	617,25%	935,6%	64,2	35,8
2022.	6046	4746	1300	15,28%	-43,5%	78,5	21,5
2023.	6408	4345	2063	-8,45%	58,7%	67,8	32,2
2024.	11550	8026	3524	84,72%	70,8%	69,5	30,5
2025.	11993	8363	3630	4,2%	3,00%	69,73	30,27
2026.	12485	8739	3746	4,5%	3,20%	70,00	30,00
2027.	13053	9176	3877	5,00%	3,50%	70,30	29,70
2028.	13713	9681	4032	5,50%	4,00%	70,60	29,40
2029.	14455	10262	4193	6,00%	4,00%	70,99	29,01
2030.	14504	10310	4193	6,50%	4,00%	71,09	28,91
Кум. раст у %*	25,57	31,7	21,7	-	-	-	-

Извор: eТуриста Општине Шид и Прорачун аутора

*Кумулативни раст је израчунат по формули: (укупан бр ноћења туриста у 2030. години/укупан број ноћења туриста у 2024. години

** Просечна годишња стопа раста ноћења домаћих туриста израчуната је по формули: (број ноћења домаћих туриста у текућој години/број ноћења домаћих туриста у претходној години)-1

*** Просечна годишња стопа раста долазака страних туриста израчуната је по формули: (број ноћења страних туриста у текућој години/број ноћења страних туриста у претходној години)-1

8. ДЕФИНИСАЊЕ КЉУЧНИХ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА ОПШТИНЕ ШИД

Туризам у општини Шид има потенцијал да постане једна од значајнијих привредних грана, а разноликост природе и културно – историјско наслеђе представљају основне ресурсе за развој туристичких производа који у претходном периоду нису били јасно дефинисани. Туристички промет до сада није био у складу са вредношћу туристичких ресурса и туристичким потенцијалом, те је јасно обликовање разноликих туристичких производа императив обимнијег туристичког промета, као и боље позиционираниности дестинације пре свега на домаћем али и регионалном тржишту (положај на тремеђи Србије, Хрватске и БиХ) значајна је стратешка предност у овом смислу.

КУЛТУРНИ ТУРИЗАМ

Опис производа и идентификовани недостаци:

Богато културно- историјско наслеђе Општине Шид (галерије, манастири и цркве, археолошка налазишта и сл) недовољно је посећено од стране туриста. Постоји врло ограничена понуда излета обилазака културно-историјског наслеђа и слаба увезаност културног туризма са другим туристичким производима Општине попут туризма специјалних интереса. Као нише културног туризма са великим потенцијалном развоја издвајају се верски туризам као и гастрономија са винским туризмом.

Основни недостатак туристичког производа је неадекватна инфраструктура за прихват посетилаца, неискоришћена могућност дигитализације наслеђа, низак ниво интерпретације наслеђа и низак квалитет и досег тренутних промотивних активности.

Ресурси од значаја за развој туризам на дестинацији:

Богато културно-историјско наслеђе попут галерије слика Сава Шумановић, Спомен куће Филипа Вишњића, музеја Наивне уметности Илијанум, Спомен обележја Сремског Фронта итд. чини велики ресурс за развој туристичког производа културни туризам, уз интересантне приче о знаменитим личностима попут Саве Шумановића и Филипа Вишњића.

Ресурсе верског туризма чине манастир Привина глава, црквена ризница у Шиду и манастири на територији општине. Гастрономски производи Срема, као и винарије на територији Општине (винарија Две куле и Ердвик) потенцијал су за развој гастрономије и винског туризма.

Кораци у развоју туристичког производа:

1. Креирање туристичког инфо центра повезаног са спомеником Саве Шумановића (ГИЦ Сава Шумановић) - комплексан центар за пружање информација, радионице, промоцију локалних винара и произвођача.
2. Дигитализација Галерије Саве Шумановића (коришћење ВР и АР технологије)
3. Регистрација етно поставе Филипа Вишњића у Вишњићеву као музеја
4. Успостављање сарадње хотелијера и туристичких агенција ради понуде излета и обилазака културно- историјског наслеђа, као и његова интензивнија промоција од стране свих актера на дестинацији
4. Успостављање боље сарадње између приватног сектора попут винара и локалних произвођача са ТО и Општином ради понуде туристичког производа Гастрономије и винског туризма.
5. Опремање, санација и реконструкција објеката у којима се реализују културни садржаји ради креирања квалитетнијих услова за креирање производа културног туризма
6. Брендирање општине кроз квалитетне културне садржаје интерпретиране на савремен начин

Маркетинг активности

Циљ: Повећати видљивост културног наслеђа Шида и привући већи број туриста кроз дигитализацију, storytelling и сарадњу са туристичким актерима.

1. Истраживање и анализа

- **Истраживање тржишта:** Анализирати трендове у културном туризму и конкурентске дестинације.
- **Анализа циљних група:** Породице са децом, школске екскурзије, љубитељи историје и уметности.
- **SWOT анализа:** Снаге (богато наслеђе, атрактивне личности попут Саве Шумановића и Илије Башичевића), слабости (лоша инфраструктура, ниска видљивост), прилике (развој дигитализације културног наслеђа), претње (конкуренција).

2. Дефинисање маркетиншке стратегије

- **Циљеви:** Повећање броја туриста, боља интерпретација културног наслеђа.
- **Одабир канала:** Веб-сајт, друштвене мреже, PR, туристички сајмови.

3. Креирање маркетинг материјала

- **Веб-сајт и блог:** Приче о Сави Шумановићу, Филипу Вишњићу и културним локалитетима.
- **Друштвене мреже:** Instagram & TikTok кампање са „storytelling“ концептом.
- **Онлајн оглашавање:** Google и Facebook Ads за љубитеље културе.

4. Промотивне кампање

- **Фестивал Саве Шумановића:** Организовати интерактивну изложбу и уметничке радионице.
- **Виртуелна тура:** AR (проширена стварност) апликација која води кроз Галерију Саве Шумановића и музеј наиве Илијанум
- **Културне руте:** „Од Саве до Филипа“ - обилазак значајних културних локалитета.

5. Праћење и оптимизација

- Мониторинг посета, огласних кампања, engagement rate-а на друштвеним мрежама.
- Анкете и анализе повратних информација.

Циљне групе: Породице са децом, млади парови, групе пријатеља, школске екскурзије, корпоративни клијенти - подстицајна путовања, тим билдинзи.

Сезона: Целе године

Приоритетни туристички производ

Ниво приоритета

ВИСОК

АКТИВНИ ТУРИЗАМ
<p>Опис производа и идентификовани недостаци:</p> <p>Туризам специјалних интереса има велики потенцијал, пре свега због богатог природног окружења и позиције једног дела Општине у НП Фрушка Гора али и Парка Природе "Мали Босут" који доприноси очувању природе овог дела Србије. Ресурсе представљају и језера Брује, Мохарач и Сот, као и река Босут. Наведено представља добру ресурсну основу за различите активности у природи. Овај туристички производ би могао бити у фокусу пословних људи на тим билдинзима и подстицајним путовањима, али и осталих циљних група који би пре свега долазили на излете у природу.</p> <p>Међутим, постоје недостаци у инфраструктури, пешачке и бицикличке стазе нису адекватно обележене и трасиране, што отежава бављење овим активностима на дестинацији. Непостојање инфраструктуре за активан одмор – попут бицикличких и пешачких стаза на којима су обележене туристичке атракције отежава формирање туристичког производа специјалних интереса који би се пласирао туристима. Од специјалних интереса посебно се издваја ловни туризам.</p>
<p>Ресурси од значаја за развој туризам на дестинацији:</p> <p>Парка Природе "Мали Босут", језера Брује, Мохач и Сот, река Босут, НП Фрушка гора. Ловиште "Моровић" ресурс је за развој ловног туризма. Излетиште Липовача, које припада Националном парку Фрушка гора, проглашена је од стране Кампинг асоцијације Србије за једну од најатрактивнијих локација за развој кампинг туризма у оквиру туризма специјалних интереса.</p>
<p>Кораци у развоју туристичког производа:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Уређење и обележавање бицикличких и пешачких стаза и пратеће инфраструктуре туризма специјалних интереса.2. Израда пројектно-техничке документације за израду сигнализације на дестинацији као и њена поставка на пешачке и бицикличке стазе и на најзначајнијим атракцијама.3. Постављање паметног мобилијара у Липовачку шуму и Парк природе Мали Босут4. Увођење активности попут бициклизма као активности која ће се понудити туристима, birdwatching-а и фото сафарија
<p>Маркетинг активности:</p> <p>Циљ: Позиционирати Шид као дестинацију за активан одмор и туризам специјалних интереса кроз изградњу инфраструктуре и дигиталну промоцију.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Истраживање и анализа<ul style="list-style-type: none">• Истраживање тржишта: Анализирати трендове у outdoor туризму, бициклизму, пешачењу и ловном туризму. Истражити конкуренцију у Србији, Хрватској и БиХ.• Анализа циљних група: Идентификовати циљне групе (млади, активни туристи, породице са децом, ловци).• SWOT анализа: Снаге (природна богатства, НП Фрушка Гора, Парк природе Мали Босут), слабости (недостатак инфраструктуре), прилике (раст outdoor туризма), претње (конкуренција).2. Дефинисање маркетиншке стратегије<ul style="list-style-type: none">• Постављање циљева: Повећање броја посетилаца, продужење боравка, привлачење нових туриста.• Циљне групе: Љубитељи природе, бициклисти, планинари, групе пријатеља, ловци, birdwatching ентузијаста.• Одабир маркетинг канала: Веб-сајт, друштвене мреже, outdoor инфлуенсери, email маркетинг, онлајн оглашавање.

3. Креирање маркетинг материјала

- **Веб-сајт и блог:** Развити веб страницу са детаљним информацијама о активностима у природи.
- **Друштвене мреже:** Кампање са хештеговима #ExploreSid, #OutdoorSid, #AdventureSid.
- **Онлајн оглашавање:** Google Ads и Facebook Ads за outdoor авантуристе.
- **Инфлуенсер маркетинг:** Сарадња са outdoor инфлуенсерима и блогерима.

4. Промотивне кампање

- **Outdoor фестивал:** Организовати hiking, cycling и birdwatching догађаје.
- **Глампинг:** Промоција кампинг и глампинг доживљаја у Липовачи.

5. Праћење и оптимизација

- Анализа перформанси (Google Analytics, Facebook Insights).
- Континуирано ажурирање садржаја на сајту и друштвеним мрежама.
- Анкете међу посетиоцима ради унапређења понуде.

Циљне групе: Млади - групе пријатеља, млади парови без деце, породице са децом, школске екскурзије, корпоративни клијенти - подстицајна путовања и тим билдинзи.

Сезона: Целе године

Приоритетан туристички производ	Ниво приоритета	ВИСОК
---------------------------------	-----------------	--------------

Када је реч о **комплементарним туристичким производима**, ту се пре свега истичу догађаји и манифестације и рурални туризам.

ДОГАЂАЈИ И МАНИФЕСТАЦИЈЕ

Опис производа и идентификоваани недостаци:

Манифестације су значајан комплементарни туристички производ као допуна културном туризму и туризму специјалних интереса. Манифестације су углавном везане за гастрономске мотиве општине, али и вина, спортске мотиве и културу. Манифестације су углавном локалне

те немају већи утицај на привлачење туриста као примарни мотив али су зато вредан комплементарни туристички производ који може допринети обогаћивању садржаја и продужењу туристичког боравка. Посетиоци се не задржавају на манифестацијама, манифестације су сезонске и потребно их је додатно валоризовати и анимирати посетиоце да се више укључе.

Ресурси од значаја за развој туризам на дестинацији:

Гастрономија, приче о познатим личностима, винарије, етно мотиви и слично. Тренутне манифестације су Шидска кобасицајада, Сремска винијада, Пробој Сремског фронта, Мото сусрет, Сремска куленијада, Бицикличка трке „Улицама Саве Шумановића“, Шидски маратон, Шидско културно лето, Винска ноћ, Вишњићеви дани, Михолски сусрети села, Срем Клуб коб фест.

Кораци у развоју туристичког производа:

1. Појачана промоција манифестација током целе године, у светлу њиховог повезивања са примарним туристичким производима попут културног туризма и туризма специјалних интереса.

3. Мапирање тема, прича, легенди и културних обележја као основа за формирање нових манифестација.

4. Организовање локалних базара ради промоције и продаје локалних гастрономских и других производа током целе године.

Маркетинг активности

Циљ: Учврстити постојеће манифестације и створити нове догађаје који ће привући више туриста и продужити боравак посетилаца.

1. Промоција постојећих манифестација

- Развој званичног сајта и календара догађаја у Шиду.
- Организовање online кампања месец дана пре сваке манифестације. Укључивање локалних брендова и спонзора у промоцију.

2. Креирање нових тематских манифестација

- „Фестивал Саве Шумановића“ – интерактивна изложба и креативне радионице.
- „Винска ноћ у Шиду“ – ноћни вински фестивал са музичким програмом.
- „Outdoor Šid fest“ – спој природе и гастрономије у природном окружењу.

3. Продужење боравка посетилаца кроз додатне активности

- Организација дводневних пакета (посета винаријама + манифестација + outdoor активности).
- Интерактивне туристичке туре током трајања фестивала.

Циљне групе: Млади, млади парови без деце, породице са децом, групе пријатеља.

Сезона: Целе године

Комплементарни туристички
производ

Ниво приоритета

СРЕДЊИ

РУРАЛНИ ТУРИЗАМ

Опис производа и идентификовани недостаци:

Тренутно низак ниво развоја овог производа последица је туристички недовољно активираних сеоска домаћинства Општине Шид. Мали број сеоских домаћинстава нуди услуге и активности туристима, власницима недостаје едукација и подстицаји за покретање пословања.

Ресурси од значаја за развој туризам на дестинацији:

Имајући у виду очувану природну средину, богато културно наслеђе и богатство етно мотива, Шид има добре, али слабо искоришћене потенцијале за развој сеоског туризма (Вишњићево, Ердевик, Моровић, Привина глава, Сот и сл). Вишњићево је најживље сеоско насеље са велики потенцијалом развоја руралног и културног туризма (Филип Вишњић) али и прекограничне сарадње (са Угљевиком, БиХ, где је рођен Филип Вишњић).

Кораци у развоју туристичког производа:

1. Активирање сеоских домаћинстава да се више укључе у туризам кроз подстицаје за покретање бизниса - пружање услуга смештаја, исхране,
2. Едукација сеоског становништва о туристичком производу руралног туризма, обликовању понуде и маркетингу
3. Повезивање Гастрономије и винског туризма са Руралним туризмом кроз активности за туристе у којима ће имати активну партиципацију - прављење зимнице, сухомеснатих

производа, дегустације и сл.

4. Јачање еко и етно туризма у руралним срединама кроз категоризацију сеоских туристичких домаћинстава

Маркетинг активности

Циљ: Подстаћи развој руралног туризма кроз активирање сеоских домаћинстава и промоцију гастрономске и еко-туристичке понуде.

1. Истраживање и анализа

- **Истраживање тржишта:** Анализирати трендове у руралном туризму и потребе циљних група.
- **Анализа потенцијалних рентијера:** Спровести анкету међу власницима смештаја у руралним деловима Шида (Вишњићево, Ердевик, Моровић, Привина Глава, Сот) како би се разумела њихова заинтересованост за туристички бизнис.
- **SWOT анализа:**
 - **Снаге:** Природна лепота, аутентична гастрономија, близина урбаних центара.
 - **Слабости:** Недостатак свести локалног становништва о туризму, мањак смештајних капацитета.
 - **Прилике:** Растућа популарност руралног туризма, подстицаји за развој сеоског туризма.
 - **Претње:** Конкуренција са другим руралним дестинацијама у Србији.

2. Позиционирање

- **Шид као рурална туристичка дестинација:** Комбинација аутентичног смештаја, гастрономских искустава и outdoor активности.
- **Рурални туризам као пословна шанса за локалне власнике некретности.**

3. Креирање маркетинг стратегије - два основна правца комуникације:

1. Привлачење рентијера (власника домаћинстава)

- Кампања „Постаните домаћин!“ – информисање власника смештаја о предностима уласка у рурални туризам.
- Организација бесплатних радионица и вебинара на тему отварања сеоских домаћинстава за туристе.
- Креирање водича „Како започети рурални туризам у Шиду?“ – дистрибуција преко сајта ТО Шид и локалних институција.

2. Привлачење туриста

- Брендирање Шида као дестинације за рурални одмор кроз storytelling (приче о породичним домаћинствима, локалним гастрономским производима).
- Кампања „Одмор у срцу Срема“ – дигитална промоција аутентичних искустава у руралном окружењу.

4. Креирање маркетинг материјала

За рентијере:

- Веб-страница са комплетним информацијама о томе како започети рурални туризам (законска регулатива, подстицаји, примери добре праксе).
- Видео приче о успешним рентијерима из Србије (студије случаја).
- Партнерство са банкама за промоцију кредитних линија за улагање у рурални туризам.

За туристе:

- Веб-сајт са понудом руралног смештаја и локалних искустава.
- Кампање на Instagram-у и TikTok-у са хештеговима: #RuralniOdmorSid,

#OdNjiveDoStola, #SremExperience.

- Google Ads и Facebook Ads кампање усмерене на породице, младе парове и љубитеље гастрономије.
- Сарадња са travel блогерима и инфлуенсерима.

5. Промотивне кампање

- **Фестивал сеоског туризма у Шиду** – промоција домаћинства, дегустација традиционалне хране, панел дискусије за потенцијалне рентијере.
- **„Живот на селу за један дан“** – интерактивни догађаји где туристи учествују у берби грожђа, прављењу вина, припреми зимнице.
- **Едукативне туре за рентијере** – посете успешним руралним домаћинствима у другим деловима Србије.

6. Праћење и оптимизација

- Анализа учинка Google и Facebook огласа.
- Анкете међу рентијерима (о њиховим изазовима и потребама) и туристима (о нивоу задовољства).
- Континуирано ажурирање садржаја на веб-сајту и друштвеним мрежама.

Циљне групе: Породице са децом, млади парови, групе пријатеља

Сезона: Целе године

Комплементарни туристички производ

Ниво приоритета

СРЕДЊИ

9. АНАЛИЗА КЉУЧНИХ ТУРИСТИЧКИХ ТРЖИШТА ОД ЗНАЧАЈА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА И МАРКЕТИНГ АКТИВНОСТИ ОПШТИНЕ ШИД

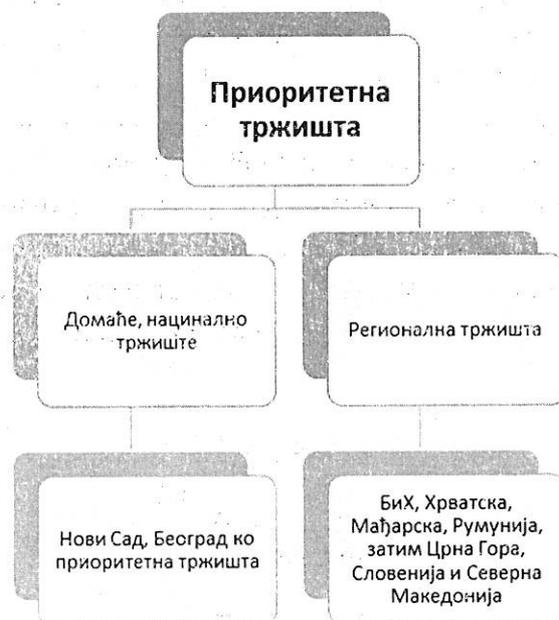
Доминантне посетиоце општине Шид чине домаћи туристи, који чине две трећине укупног туристичког промета који је тренутно прилично низак (5032 туриста, према подацима етуристе за 2024. годину). Страни туристи спорадично посећују општину и то су углавном посетиоци из региона, посебно из БиХ и Хрватске, због специфичног положаја општине на тремеђи три државе.

Када је реч о тржишним сегментима, тренутно су најдоминантније индивидуалне посете, групе пријатеља и посете породица са децом. Једнодневни посетиоци доминантнији су у односу на посетиоце који у Општини проводе барем једну ноћ, а стављање ресурса општине у функцију туристичких производа може креирати услове задржавања излетника и њихову трансформацију у туристе.

У наредном тексту биће дат предлог будућег фокуса општине Шид у контексту геосегмената и тржишних сегмената.

Геосегменти

Геосегменти подразумевају најзначајније сегменте тржишта према географском критеријуму, односно земљама из којих долазе. У наредном периоду до 2028. године доминантни посетиоци у општини Шид остају домаћи туристи са настојањем да се повећа број туриста који долазе из региона - пре свега из Хрватске и БиХ (Посебно подручје Славоније и источног дела Републике Српске), па и суседне Мађарске и Румуније. Будуће активности на развоју туристичких производа, а посебно културног и туризма специјалних интереса, као и адекватно брендирање и промоција општине кроз туризам, фокусираће се на привлачење регионалних туриста и продужење њиховог боравка. На шеми 1. приказана су приоритетна тржишта општине Шид као туристичке дестинације.



Шема 1. Геосегменти Општине Шид као туристичке дестинације

Извор: Аутор на основу консултативних састанака и интервјуа са кључним актерима развоја туризма дестинације

Приоритетна тржишта обухватају поред регионалног и домаће тржиште до којих ће се доћи промотивним активностима ТО Шид, са нагласком на дигиталне канале оглашавања, посебно друштвене мреже, где ће се применити плаћена таргетирана промоција и унапредити квалитет целокупних маркетинг садржаја. Што се тиче иностраних даљих тржишта, на њиховом привлачењу тек треба радити у сарадњи са Туристичком организацијом Србије, а кроз заједничке промотивне кампање за ова тржишта, наступе на сајмовима, довођење блогера и инфлуенсера из ових земаља и слично у сарадњи са НП Фрушка гора и приоритетним дестинацијама попут Новог Сада и Београда (општина је добро позиционирана у односу на оба велика града).

Овде се пре свега мисли на тржишта неких регионалних земаља чији туристи преферирају активности специјалних интереса и културног туризма (Словенија, Северна Македонија, Црна Гора).

Циљни сегменти

Циљни или тржишни сегменти представљају сегменте тржишта издвојене на основу различитих критеријума, попут старости, платежне способности, породичног статуса, мотива посете и слично. Када је реч о циљним сегментима, они су дефинисани на основу консултативних састанака и разговора са кључним стејкхолдерима дестинације али и на основу експертске анализе тржишних сегмената који одговарају дефинисаним приоритетним туристичким производима општине Шид.

У наредном периоду општина Шид тежи привлачењу приоритетних циљних група пре свега група пријатеља, породица са децом, парова без деце, али и осталих важних типова индивидуалних гостију и организованих група (Шема 2). Приоритетни туристички производи које општина Шид тежи развити у наредном периоду (пре свега културни и туризам специјалних интереса) посебно ће таргетирати циљне групе породица са децом, породица без деце и група пријатеља који су љубитељи активног одмора али и групе попут школских екскурзија.

Привлачење ових циљних група зависи од тога колико ће општина Шид креирати препознатљив бренд и пласирати планиране туристичке производе. Такође, тежи се привлачењу високо платежно способних гостију („премијум гости“), за које је битно обогатити и проширити спектар услуга (пре свега локална гастрономска понуда са пратећим винским и гастро рутама пласираним као атрактивни туристички производ) и квалитет туристичке понуде и инфраструктуре. Оваква понуда идеална је за корпоративне клијенте - организацију подстицајних путовања и тим билдинга.



Шема 2. Циљне групе – тржишни сегменти општине Шид

Извор: Аутор на основу консултативних састанака са кључним стејкхолдерима развоја туризма Шид

Ако анализирамо циљне групе према платежној способности, највише новца за путовања свакако имају млади парови без деце (ДИНКС- дуал инцоме но кидс) и млади –групе пријатеља. Када је реч о групама, то су превасходно школске екскурзије, које би се неколико дана задржавале у Шиду као бази за истраживање окружења.

Анализа маркетинг активности Туристичке организације Шид

Приликом анализе маркетинг активности ТО Шид узети су у обзир савремени и традиционални канали промоције. Први укључују анализу наступа на интернет каналима што се пре свега односи на званични сајт ТО Шид и налоге на друштвеним мрежама, а други различите штампане публикације и каталоге, наступе на сајмовима као и организацију манифестација.

Туристичка организација Шид поседује и води сајт www.tourismsid.rs и са тим у вези налоге на друштвеним мрежама Фејсбук и Инстаграм.

- www.facebook.com/turizam.sid
- www.facebook.com/spomenobelezje
- www.instagram.com/turizam_sid
- www.instagram.com/sremskifront

Веб сајт

Веб сајт Туристичке организације општине Шид (<https://www.tourismsid.rs/>) визуелно делује информативно, али не и модерно и привлачно у складу са савременим трендовима веб дизајна.

Кориснички интерфејс (UI)

Прва ствар коју корисник примети је релативно једноставан, али застарео дизајн. Главна навигација се налази у врху странице и садржи основне категорије попут *Почетна*, *О нама*, *Туристичке атракције*, *Догађаји*, *Мапа*, *Контакт*, што је логично организовано. Међутим, недостатак визуелне динамике и савремених анимација чини сајт мање интерактивним и ангажујућим. Боје су прилично неутралне, али фонт и хијерархија садржаја могу се побољшати како би информације биле лакше за читање и скенирање.

Фотографије и графички елементи су присутни, али би могли бити боље оптимизовани – већи, оштрији и квалитетнији визуелни би привукли више пажње корисника. Такође, недостаје мултимедијални садржај попут видео записа, интерактивних мапа или галерија са ефектима, који би могли повећати ангажовање посетилаца.

Корисничко искуство (UX)

Навигација по сајту је интуитивна, али није у потпуности оптимизирана за брзо проналажење информација. Неки линкови воде на странице које садрже само текстуалне описе без визуелне подршке, што отежава корисницима да добију јасан утисак о дестинацији. Недостатак *call-to-action* (СТА) елемената (нпр. *Резервишите смештај*, *Посетите овај локалитет*, *Сазнајте више о догађају*) утиче на ангажовање корисника и може довести до тога да посетиоци брзо напусте страницу.

Сајт је делимично респонзиван, али на мобилним уређајима постоје проблеми са прилагођавањем величине текста и распоредом елемената. На пример, неки менији се не склапају како треба или су тешко доступни на мањим екранима. Брзина учитавања страница може бити боља, јер неке странице захтевају дуже време за приказивање, што негативно утиче на корисничко искуство.

Такође, недостаје интеграција са друштвеним мрежама на стратешким местима, као и интерактивни елементи попут анкета, коментара или корисничких рецензија који би могли повећати интеракцију са посетиоцима.

Сајт би могао имати боље истакнуте контакт информације и мапе са интерактивним ознакама које би помогле туристима да лакше планирају своју посету.

SEO (Оптимизација за претраживаче)

Сајт Туристичке организације Шид тренутно има велики простор за унапређење када је у питању оптимизација за претраживаче (SEO). Један од главних проблема је недостатак квалитетног и структурираног садржаја, што значајно утиче на рангирање у Google-у. Странице које немају садржај или имају врло мало текста се неће добро индексирати, што значи да ће потенцијални посетиоци тешко пронаћи информације о туристичким атракцијама у Шиду путем органске претраге.

1. Технички SEO и структура сајта

Вебсајт има одређене техничке проблеме који могу негативно утицати на SEO. Структура URL адреса није увек оптимизирана, а поједине странице могу имати дуплиране или сличне садржаје без јасно дефинисаних *meta description* и *title* тагова. Недостатак унутрашњег линковања је такође проблем – страница *Шта видети* би требало да има јасно повезане подстранице са детаљним информацијама, али уместо тога, многе везе воде на празне странице или не раде исправно.

2. Недостатак кључних речи и оптимизованог садржаја

Сајт не користи довољно циљаних кључних речи које би помогле у бољем рангирању. На пример, ако неко претражује *туризам у Шиду*, *најбоље винарије у Шиду*, *историјске знаменитости у Шиду*, тренутно је мала вероватноћа да ће овај сајт бити међу првим резултатима.

Потребно је додати више оптимизованих текстова са природним коришћењем кључних речи и LSI (Latent Semantic Indexing) варијација, као што су *где јести у Шиду*, *најлепше винарије у Срему*, *културна баштина Шида*, итд.

3. Оптимизација брзине и мобилне верзије

Брзина учитавања страница је кључан фактор за SEO. Ако се сајт споро учитава, корисници ће га напустити, што ће повећати *bounce rate* и утицати на пад ранга у претрагама. Такође, мобилна верзија сајта није довољно добро прилагођена – неки елементи нису усклађени, а текст и дугмад могу бити тешко читљиви или недоступни. Google већ годинама користи *mobile-first indexing*, што значи да је мобилна оптимизација приоритет за боље рангирање.

4. Недостатак блог секције и садржајног маркетинга

Један од најлакших начина за побољшање SEO-а је додавање блог секције са чланцима који би промовисали туристичке локације, гастрономију, винарије и културне догађаје у Шиду. Чланци попут *Топ 5 места за обилазак у Шиду*, *Вински путеви Срема* или *Како провести викенд у Шиду* могли би привући органски саобраћај на сајт и повећати време које корисници проводе на њему.

Закључак

Иако сајт садржи кључне информације о туристичким атракцијама и догађајима у општини Шид, његов UI и UX дизајн нису у потпуности прилагођени модерним стандардима. Побољшањем визуелног идентитета, интерактивности и корисничког искуства, сајт би могао знатно ефикасније привлачити туристе и задржавати њихову пажњу дуже, што би довело до већег интересовања за посету овој дестинацији.

Друштвене мреже

Facebook страница Туристичке организације општине Шид (www.facebook.com/turizam.sid) представља важан канал за комуникацију са потенцијалним посетиоцима и локалном заједницом. Са око 3.392 свиђања, страница има солидну базу пратилаца, што указује на одређени ниво интересовања за туристичку понуду Шида. Додатно ту је и страница Спомен обележје „Сресмки фронт” (www.facebook.com/spomenobelezje) са око 800 свиђања и пратилаца.

Садржај и ангажовање

Објаве на страници обухватају различите аспекте туристичке понуде, укључујући промоцију локалних манифестација, културних догађаја и природних лепота општине. Међутим, учесталост објаве и ниво ангажовања пратилаца могу бити побољшани. Редовно ажурирање садржаја, интеракција са пратиоцима кроз коментаре и поруке, као и коришћење мултимедијалних елемената попут фотографија и видео записа, могу допринети већем интересовању и укључености заједнице.

Типови објава у последњих 6 месеци:

- **Најаве и извештаји са локалних манифестација и догађаја** – информације о предстојећим културним, гастрономским и спортским дешавањима, као и ретроспективе одржаних догађаја.
- **Промоција туристичких атракција** – представљање природних лепота, историјских знаменитости, верског туризма, гастрономије и културних установа у општини Шид.
- **Фотографије посета:** Објаве које приказују групне посете, као што су посете људи који су обишли Спомен обележје и манастир Привина глава.

Анализа интеракције и најефикаснији типови садржаја

Највећи број интеракција (лајкова, коментара, дељења) постижу објаве које садрже квалитетне **фотографије и видео записе** са локалних манифестација и туристичких атракција. Посебно добре резултате имају постови који:

- Приказују догађаје кроз видео и галерије слика (на пример, снимци са манифестација попут „Сремске винијаде” или „Шидске кобасицијаде”).
- Истичу природне лепоте и мање познате локације у околини.
- Подстичу кориснике да учествују у коментарима (питања типа „Која је ваша омиљена дестинација у Шиду?”).

Препоруке за унапређење Facebook комуникације

1. **Повећати учесталост објава** – оптимално 3-4 поста недељно уместо тренутних 5-7 месечно.
2. **Фокусирати се на видео садржај** – кратки промотивни клипови туристичких локација и интервјуи са локалним актерима туризма.
3. **Креирати интерактивни садржај** – анкете, квизови, питања за пратиоце како би се повећало ангажовање.
4. **Коришћење јединствених хаштага** – развој специфичних хаштага за промоцију туризма у Шиду (#VisitSid, #ExploreSid, #TurizamSid).
5. **Сарадња са инфлуенсерима** – укључити локалне блогере и инфлуенсере у промоцију туристичке понуде.

Ако би се ове стратегије примениле, Facebook страница би могла да постане ефикаснији канал комуникације са потенцијалним туристима и локалном заједницом, што би допринело повећању броја посетилаца и бољем позиционирању Шида као туристичке дестинације.

Инстаграм ТО Шид

Након детаљне анализе Инстаграм профила Туристичке организације Шид, представљамо следеће запажање:

Инстаграм профил @turizam_sid

- **Типови објава:** Садржај укључује фотографије природних лепота, културних догађаја, историјских знаменитости и локалне гастрономије. Такође, чести су најаве предстојећих манифестација и промоције локалних производа.
- **Интеракција пратилаца:** Пратиоци највише реагују на објаве које приказују природне пејзаже и културне догађаје, са просечно око 20 лајкова и 4-5 коментара по посту. Објаве са локалном храном и пићем такође изазивају значајну пажњу, али са нешто мањим бројем интеракција.

Инстаграм профил @sremskifront

- **Типови објава:** Садржај је фокусиран на историјске фотографије, информације о спомен-обележјима, едукативне текстове о догађајима из Другог светског рата, као и најаве комеморативних догађаја.
- **Интеракција пратилаца:** Пратиоци највише реагују на архивске фотографије и приче ветерана, са просечно пар десетина лајкова и неколико коментара по посту. Едукативни текстови добијају мање интеракције, али и даље задржавају заинтересовану публику.

Препоруке за унапређење Инстаграм наступа Туристичке организације Шид

Након анализе Инстаграм профила @turizam_sid и @sremskifront, примећено је да објаве имају релативно низак ниво интеракције. Ово указује на потребу за побољшањем стратегије садржаја, објављивања и ангажовања публике. Ево конкретних препорука за унапређење:

1. Повећање фреквенције и конзистентности објава

- Потребно је повећати број на **12-15**, што значи **бар 3 поста недељно**.
- Укључити различите формате садржаја – **Carousel** постове (слике у низу), **Reels** (кратки видео садржај), **Story** објаве и **Live** преносе.
- Креирати **календар објава** са унапред планираним садржајем, како би се одржала конзистентност.

2. Повећање ангажовања публике

- **Позиви на акцију (Call-to-action – CTA):** У свакој објави поставити питање или позвати публику да остави коментар (нпр. „*Које је ваше омиљено место за излет у Шиду?*“).

- **Story анкете и квизови:** Интерактивни садржај у Story објавама (нпр. квиз „Колико знате о Срему?“) повећаће ангажовање.
- **Коришћење „стикера“** у Instagram Story-јима: питања, анкете, одбројавања за догађаје.

3. Оптимизација садржаја за бољу видљивост

- **Reels и видео садржај** – Instagram фаворизује Reels у алгоритму, па је неопходно креирати бар **један до два Reels видеа недељно** (нпр. спене из природе, припрема традиционалних јела, кратки интервјуи са локалним водичима).
- **Carousel постови** (више слика у једној објави) – Примери: *"Топ 5 места за излет у Шиду"*, *"Историјски локалитети кроз време"*, *"Како провести викенд у Шиду"*
- **Квалитет фотографија** – Користити висококвалитетне фотографије, професионално обрађене, са природним бојама и добрим осветљењем.
- **Редизајн визуелног идентитета** – Ускладити боје и стил објава како би профил био визуелно уједначен.

4. Хаштагови и геотагови за бољу видљивост

- Користити комбинацију **популарних хаштага и локалних хаштага:**
- **Општи хаштагови:** #VisitSerbia, #ExploreSerbia, #TravelSerbia, #SremTourism
- **Локални хаштагови:** #TurizamSid, #SremskaAvantura, #SremskiFront
- **Специфични за садржај:** #NatureLover, #CulturalHeritage, #GastronomyLovers
- Геотаговање објава (локација у опису поста) како би садржај био видљив у локалним и туристичким претрагама.

5. Сарадња са инфлуенсерима и креирање UGC садржаја

- Повезати се са **микро-инфлуенсерима** из области туризма, културе и гастрономије који имају између **5.000 и 50.000 пратилаца**.
- Подстаћи пратиоце да сами постављају фотографије са дестинације уз хаштаг **#VisitSid** и да најбоље објаве буду репостоване.
- Организовати **Giveaway наградне игре** са локалним предузетницима (нпр. вечера у локалном ресторану, винска тура).

6. Боља интеграција са другим дигиталним каналима

- Профил треба да се **промовише на веб сајту**, Facebook страници, као и путем билтена за посетиоце.
- Подстаћи посетиоце манифестација и локалних атракција да прате Instagram профил кроз QR кодове на промо материјалима.

Закључак

За успешнији Инстаграм наступ ТО Шид, потребно је повећати фреквенцију и разноврсност садржаја, боље оптимизовати хаштагове, увести више интерактивности, користити видео садржај и ојачати сарадњу са инфлуенсерима. Дигитална стратегија треба да буде усмерена на **већу видљивост, ангажовање публике и стварање туристичке заједнице која активно учествује у промоцији дестинације.**

Тикток – ТО Шид

ТО Шид не поседује налог на једној од тренутно доминантних платформи, друштвеној мрежи Тик Ток. Ова мрежа се темељи на краткој видео форми (еее) и за разлику од ранијих друштвених мрежа, овде почетни број пратилаца није од превеликог значаја. У том смислу резултати се могу се постићи већ са првим видеом уколико се буду пратила основна правила ових видео трендова. Стога је савет да ово буде једна од примарних активности када је наступ на друштвеним мрежама у питању.

10. ПЛАН КОНКУРЕНТНОСТИ ОПШТИНЕ ШИД СА ПРЕДЛОГОМ КЉУЧНИХ ИНВЕСТИЦИОНИХ ПРОЈЕКТА

План конкурентности општине Шид као туристичке дестинације сачињен је из следећих важних елемената:

- Одреднице за побољшање конкурентске позиције
- Плана инвестиција
- Плана подизања капацитета људских ресурса
- Маркетиншког плана

План конкурентности општине Шид подразумева и дефинисање основних одредница планског контекста и унапређења конкурентске позиције општине Шид које су приказане у табелама 16 и 17.

Табела 16. Стратешки контекст

Елементи стратешког контекста	Опис
Локација	Компаративна предност је положај општине на тремеђи Републике Србије, Републике Хрватске и Републике Српске. Повољан положај огледа се и у томе да се општина налази на удаљености око 78 km од Новог Сада и око 110 km од Београда. То указује на добру транзитну позицију и велики потенцијал општине као излетничке дестинације. Поред тога, део општине се налази и на територији НП Фрушка Гора. Такође, на територији општине налазе се три гранична прелаза, а близина аутопута Е-70 и границе са Хрватском и ЕУ чини повољним стратешки и туристички положај општине.
Дестинација са јаком гастрономијом	Општина Шид препознатљива је по сремским домаћим производима, а посебно сухомеснатим производима попут кулена и кобасице. Такође, пољопривредна производња ове општине је на високом нивоу, а самим тим и производња домаће хране. Поред гастрономије, Дестинација је препознатљива и по винаријама.
Дестинација значајне историје и културе која није још увек пласирана као туристички производ	Општина Шид препознатљива је у сфери културе по вредном културном наслеђу, преко Спомен обележја Сремског фронта, значајног наслеђа Саве Шумановића и Филипа Вишњића, бројних верских и археолошких објеката. Поменуто наслеђе захтева стратешки присуп како би се на тржишту понудило као туристички производ.
Невалоризовано природно наслеђе	Чињеница да се општина делом налази у НП Фрушка гора, као и да се на територији општине налазе бројне природне вредности попут Спомен парка Босут шуме, чини је атрактивном за развој активности у природи, које још увек нису подржане адекватном инфраструктуром која би омогућила развој туризма специјалних интереса.

Табела 17. Стратешка упоришта

Елементи стратешких упоришта	Опис
Плодно тле за инвестиције у туристичку инфраструктуру	Будући да постојећи културни и природни ресурси захтевају инвестиције у инфраструктуру да би се ставили у функцију туризма, постоји значајан простор за улагања у смештајне капацитете, пешачке и бициклическе стазе, инфо центре и сличну инфраструктуру потребну за креирање туристичког производа.
Снажна потреба за осавременавањем процеса пружања услуга	Подразумева подизање квалитета понуде кроз едукацију запослених у туристичкој привреди и праћење трендова на тржишту по питању промоције, интерпретације, дигитализације и пружања услуге.
Дестинацијско управљање - потреба за креирање новог модела управљања	Потреба за успостављањем новог модела управљања дестинацијом кроз партиципативни приступ Савета за туризам, који би управљао развојем туризма на дестинацији уз јасно дефинисане циљеве и индикаторе успеха. Подстицање сарадње јавног, приватног и цивилног сектора у светлу раста дестинације и креирања туристичких производа и дестинацијског брэнда.

План инвестиција

Кључне инвестиције које су директно или индиректно повезане са развојем туризма приказане су у табели 18. Поменуте инвестиције ће бити реализоване у наредном краћем временског периоду или ће ускоро бити започете а од значаја су за развој туризма.

Табела 18. Кључни инвестициони пројекти од значаја за туризам

Редни број	Носилац реализације пројекта	Назив програмске активности/пројекта	ИП односи решен/нерешен Започет/нов пројекат	Трајање пројекта	Укупна вредност пројекта	Извори финансирања	Очекивани ефекти
1.	Општина Шид	Изградња бициклистичких стаза између насељених места	нов пројекат		80.000.000,00 дин.	Министарство грађевинарства, саобраћаја и инфраструктуре, Покрајински секретаријат за енергетику, грађевинарство и саобраћај, Управа за капитална АПВ, екстерни извори средстава (домаћи и међународни донаторски програми)	Изградња бициклистичких стаза између појединих насељених места на територији општине Шид утицала би на повећање нивоа безбедности бициклиста у саобраћају, последила већи проценат коришћења бицикала као превозног средства и створила могућност активирања предметних стаза у туристичке сврхе
2.	Општина Шид, Туристичка организација општине Шид	Унапређење и развој туристичких локалитета, изградња и адаптација туристичке инфраструктуре и супраструктуре	нов пројекат		50.000.000,00 динара	Министарство трговине, туризма и телекомуникација, Покрајински секретаријат за привреду и туризам, општина Шид, домаћи и међународни донаторски програми	Унапређењем туристичке инфраструктуре допринеће се повећању туристичких посета и развоју туризма у општини.
3.	Општина Шид	Ревидирање хидролошке студије геотермалне потенцијалности подручја општине Шид Израда пројектно-техничке	Нов пројекат		200.000.000,00 динара	Приватна Инвестиција	Термоминерални извори су значајан привредни ресурс за развој бањског туризма, чијом се употребом повећава број посетилаца и ствара амбијент за развој туризма уопште.

Програм развоја туризма општине Шид за период 2025 – 2030. годину

			документације Изградња бањско-туристичког комплекса на извору термално-минералне воде у општини Шид						
4.	Општина Шид и Туристичка организација општине Шид у делу подршке	Изградња једног угоститељског објекта за смештај већег капацитета (преко 50 индивидуалних лежаја у једном објекту) и проширење капацитета постојећих угоститељских објеката	Нов пројекат	117.000.000,00 динара	Приватне инвестиције уз подршку општине	Повећање броја туриста који проводе ноћ у општини и продужење туристичког боравка			

Најважније три инвестиције у наредном петогодишњем периоду су:

1. ТИЦ Сава Шумановић
2. Визиторски центар у Парку природе Босут шума
3. Пешачке и бициклистичке стазе на територији Липоваче

Туристички информативни центар (ТИЦ Сава Шумановић) и дигитализација Галерије

Културни туризам као туристички производ у Шиду има велики потенцијал пре свега захваљујући Сави Шумановићу и његовим делима. Тренутно једна од највећих туристичких атракција Шида је управо Галерија Саве Шумановића, која је тренутно у фази реновирања. Један од важних будућих пројеката је дигитализација Галерије Сава Шумановић, употребом виртуелне и проширене реалности у приказивању слика, чиме би се модернизовала интерпретација и Галерија учинила привлачнијом и за млађе генерације.

Будући Инфо центар замишљен је као целина повезана са спомеником Саве Шумановића и то је једна од кључних инвестиција за период од наредних неколико година. Инфо центар је замишљен као место где долазе туристи ради информација о дестинацији, али и као место за радионице и едукације, а важан део центра је и простор за локалне производе, промоцију гастрономије, локалних винара и меда. Инфо центар би имао салу за пројекције и едукативни центар, а радионице би биле прилагођене различитим циљним групама - деци, младима, старијима, особама са инвалидитетом.

Временски период: почетак радова 2026. године

Пример добре праксе: Центар за посетиоце при музеју Пабла Пикаса у Малаги - <https://www.museopicassomalaga.org/en>

Визиторски центар у Парку природе Мали Босут

Парк природе Мали Босут - проглашен је Парком природе уредбом Владе Републике Србије 01. фебруара 2024. године. Река Босут негује имиџ реке најбогатије рибом у Европи, и у целини је задржала свој изворни облик чинећи пространу целину водених и влажних типова станишта, приоритетних за заштиту на националном и међународном нивоу. Услед савременог начина газдовања шумама, реткост представљају и стари шумски комплекси хроста лужњака непосредно уз ток Босута. Када је реч о туризму, постоји велики потенцијал за реализацију активности екотуризма и туризма специјалних интереса попут риболова, вожње бродом, бициклизма, пешачења и посматрања птица.

Визиторски центар, поред пријема посетилаца и њиховог информисања, служио би као едукативни центар који би посетиоце ближе упознао са природним потенцијалима и специфичностима овог подручја.

Едукативни центар замишљен је као интерактиван центар са салом за пројекције и интерактивном изложбом прилагођеном и деци и одраслима. Тако би се посетиоци, на интерактиван начин едуковали о постанку самог локалитета, његовом значају и самом природном феномену. Од изузетног је значаја да визиторски центар буде изграђен у сладу са природним принципима и принципима екотуризма. То подразумева укљопљеност у природно окружење и употребу природним материјала, како би се минимизирао утицај на животну средину.

Временски период: 2026-2027. године

Пример добре праксе као подршка реализацији инвестиције: Блед инфо центар - пример добре праксе одрживог инфо центра у складу са природом. <https://www.bled.si/en/information/contact/>

Инфраструктура активног туризма - Пешачке и бициклическе стазе и паметни мобилијар на територији општине Шид

Инфраструктуру за развој активног туризма, а која обухвата пешачке и бициклическе стазе као и паметни мобилијар, неопходно је изградити и поставити на целој територији општине Шид како би се подржао раст активног туризма и побољшала туристичка понуда.

С обзиром да се део општине Шид налази на Фрушкој гори овде је посебно јегодно за развој активног туризма. Излетничке дестинације међу којима и Липовачка шума, језера Сот, Брује и Мохарач захтева улагање у инфраструктуру активног туризма, а посебно пешачке и бициклическе стазе и паметни мобилијар. Поред тога, неопходно је постављање сигнализације на већ постојеће пешачке и бициклическе стазе. Поред Липоваче, у Парку природе Мали Босут треба трасирати бициклическе и рекреативне стазе у складу са природним окружењем и са едукативним тачкама означеним адекватним инфо таблама и интерпретацијом.

Ово би створило могућности за реализацију многих активности активног туризма са потенцијалом за развој су као што су планински бициклизам, пешачење (планинарење), посматрање птица, фото сафари. Већина ових активности захтева одговарајућу инфраструктуру, услуге и организовану понуду. Приоритет свакако представља изградња, обележавање и интерпретација бициклических, пешачких и планинарских стаза.

Временски период: 2026-2028. године

Примери добре праксе као подршка реализацији инвестиције:

Пешачење и планинарење - Словенија - <https://slovenia-outdoor.com/en/experiences/hiking/>

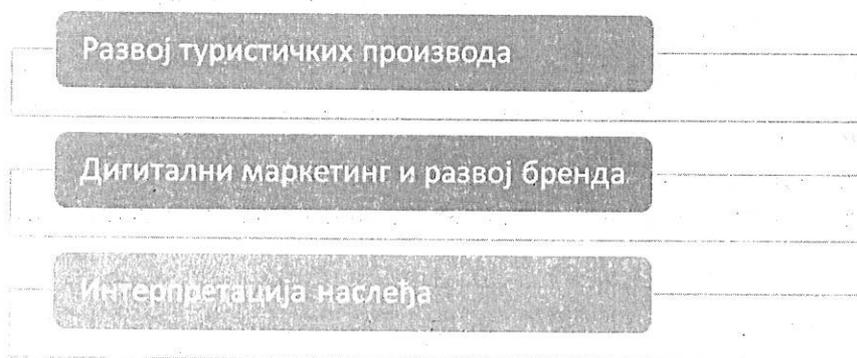
План подизања капацитета људских ресурса

Подизање капацитета људских ресурса у туризму подразумева организацију и спровођење едукације за пружаоце туристичко-угоститељских услуга на локалном нивоу, с основним циљем унапређења квалитета пружених услуга и повећања одрживости локалних бизниса и целокупног туристичког и угоститељског сектора на локалном нивоу. Едукације су потребне и локалном становинштву, како би развило вештине и знања потребна за укључивање у туризам.

Кроз консултативне састанке на терену утврђено је да су едукације неопходне како у различитим нивоима туристичке привреде, тако и локалног становништва, посебно оних становника који поседују сеоска домаћинства или се баве производњом домаћих производа а немају довољно знања и вештина да се укључе у туризам или да дистрибуирају домаће производе на тржиште. Поред тога, за Шид је специфичан и снажан сектор културе, те је од изузетног значаја обезбедити континуирану едукацију радника у култури, како би били у складу са новим трендовима.

Општина Шид има изузетне ресурсе за развој гастрономије и руралног туризма, али већина власника сеоских домаћинстава оклева да се укључи у туризам јер им недостају знања и вештине.

Едукације за туристичку привреду треба да буду усмерене на следеће следеће кључне области:

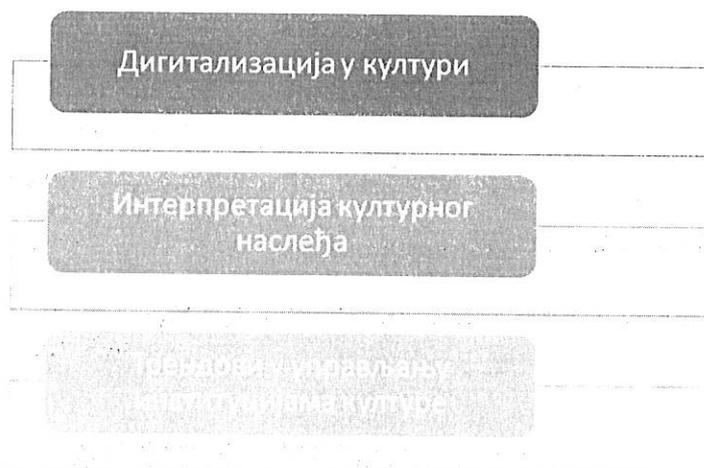


Шема 3. Приритетне теме едукација за туристичку привреду

Кључне активности које треба предузети:

- Идентификација потреба за обуком: Истраживање и идентификација области у којима запослени требају додатну едукацију.
- Ангажовање стручњака: Проналажење и ангажовање стручњака за вођење мастеркласова и радионица.
- Организовање студијских путовања: Планирање и организовање студијских путовања са јасним циљевима учења.
- Развој интерних материјала за обуку: Креирање приручника, водича и онлајн ресурса за обуку.
- Имплементација повратних информација: Успостављање система за прикупљање повратних информација од учесника обука.
- Сертификација: Додела сертификата запосленима који заврше обуке као признање за њихов развој.
- Праћење утицаја обука: Евалуација ефеката обука на перформансе запослених и укупне продајне резултате.
- Континуирана едукација: Планирање редовних обука и ажурирање материјала за обуку како би се запослени држали у току са најновијим трендовима.

Поред тога, за раднике у култури је од великог значаја да имају континуирану едукацију из следећих области:



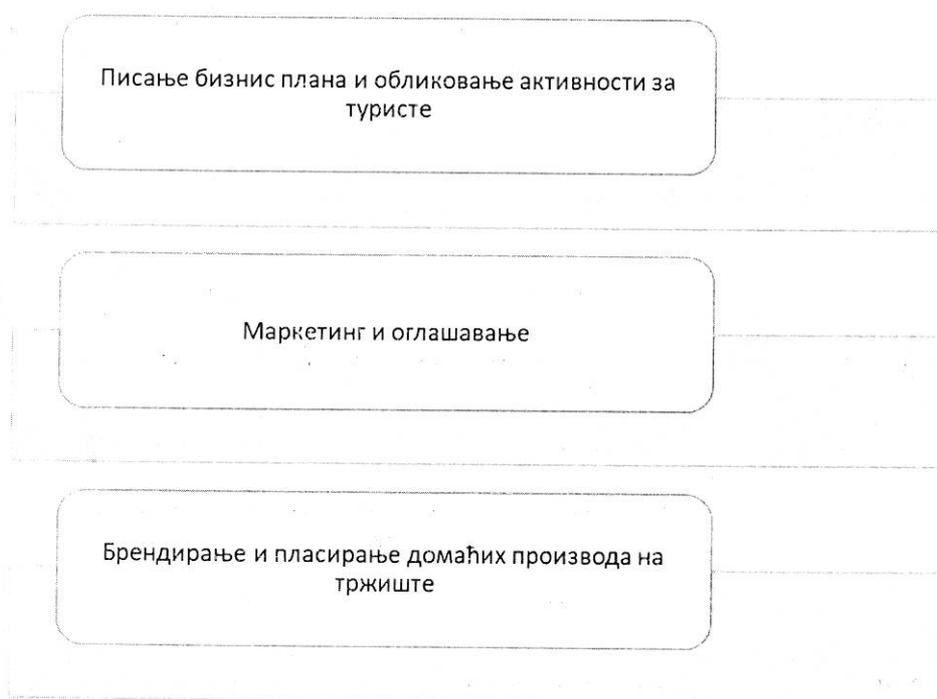
Шема 4. Приоритетне теме едукација за раднике у култури

Поред наведених тематских целина, на терену је утврђена и потреба за едукацијама у домену страних језика - енглески, немачки, руски. Овакве едукације треба да су стално на располагању запосленима који раде у туристичкој привреди, а посебно онима који су у сталном контакту са гостом - у смештајним објектима, ресторанима, инфо центрима, музејима итд. Препорука је да овакви курсеви буду делом субвенционисани од стране општине.

Едукације за запослене у туризму и хотелијерству и раднике у култури треба конципирати у виду тематских радионица, које би се одржавале бар једном годишње. Едукацију треба организовати у виду:

- **Семинара и радионица:** Организовати серију семинара и радионица на различите теме, поменуте раније у тексту. У сарадњи са стручњацима из туристичке индустрије, пружати практичне савете и примере добрих пракси.
- **Менторских програма:** Покренути менторски програм који ће повезати искусне туристичке раднике са новим предузетницима у сеоским домаћинствима. Ментори ће пружити подршку и савете у развоју бизниса, обликовању туристичке понуде и маркетингу.
- **Студијских посета:** Организовати посете успешним туристички дестинацијама која већ нуде туристичке услуге. Омогућити потенцијалним предузетницима и туристичким радницима да из прве руке виде како се управља успешним туристичким домаћинством и да добију практичне савете.

Такође треба да су тематски организоване кроз кључне области у којима требају стицање вештина и знања. Из разговора на дестинацији дошло се до закључка да су то следеће области:



Шема 5. Теме едукација за локално становништво

Пре спровођења тематских едукација – радионица, треба организовати инфо дан да се локално становништво упозна са сврхом спровођења радионица и беневитима које могу остварити. На тај начин анимирало би се више учесника који ће препознати значај радионица и бити вољни да се укључе. Ово може бити одлична мера за привлачење младих да се врате на село и укључе у реализацију туристичких активности, покрену свој бизнис или допринесу породичном бизнису.

План маркетинга

А. Формирање туристичког бренда Шида

Резултат
Шид ће бити позициониран као „Град уметности, вина и природе“, инспиративно место које спаја богато културно наслеђе (Сава Шумановић, Илија Башичевић), престижне винарије (Ердевик) и природне лепоте (Сотско језеро, језеро Брује, Мохарач, Мали Босут, излетиште ВУ Моровић). Овај бренд ће привући љубитеље уметности, вина, гастрономије и активног одмора у природи.
Стратегије
<p>Стратегија 1: „Шид – инспирација за уметнике и хедонисте”</p> <p>Позиционирање Шида као дестинације која инспирише и нуди јединствену комбинацију уметности, вина и природе.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Организовање бренд радионица – Укључивање представника винарија, локалних уметника и туристичких радника у процес креирања идентитета бренда. • Креирање визуелног идентитета – Развој модерног логотипа, палете боја, типографије и бренд материјала који ће наглашавати аутентичност Шида. • Дефинисање слогана и поруке – „Шид – где уметност, вино и природа постају инспирација.” • Лансирање бренда кроз дигиталну кампању – Представљање бренда на веб сајту, друштвеним мрежама и туристичким платформама.

- **Израда промотивног видеа** – Кратки филм који ће кроз визуелну естетику дочарати атмосферу Шида као уметничког и гастрономског центра.

Стратегија 2: „Шид као културна престоница Срема”

Повезивање културног наслеђа са савременим туристичким садржајем.

- **Развој руте „Пут сликара Шида”** – Туристичка рута која повезује атракције као што су Галерија Сава Шумановић, Илијанум, спомен-куће, уметничке колоније.
- **Организација „Шидског фестивала уметности”** – Догађај који обједињује изложбе, винске дегустације и музичке перформансе.
- **Програм „Вино и уметност”** – Сарадња винарија и галерија у креирању уметничко-гастрономских вечери.
- **Израда туристичких пакета** – Повезивање културних тура са винским дегустацијама и боравком у руралним домаћинствима.
- **Јачање промоције кроз партнерства** – Сарадња са туристичким агенцијама, инфлуенсерима и блогерима који ће промовисати Шид као нову културну дестинацију.

Стратегија 3: „Природа и луксуз – Шид као савремена винска оаза”

Фокусирање на вински туризам и повезивање са природним лепотама.

- **Креирање премиум туристичке понуде** – Комбинација винских тура, боравка у руралним вилама и активности у природи.
- **Развој outdoor активности** – Организација пешачких и бициклических тура кроз винограде, обале језера и шуме ВУ Моровић.
- **Гастрономски догађаји на отвореном** – Вечере уз свеће у виноградима, пикници поред језера са локалним специјалитетима.
- **Лансирање ексклузивног брэнда вина „Шид – уметност укуса”** – У сарадњи са локалним винаријама, креирати јединствено вино које ће представљати дух Шида.

Кључне активности:

- **Развој визуелног идентитета брэнда** – креирање новог логотипа, боја, типографије и промотивног материјала (билборди, сувенири, туристичке брошуре).
- **Дефинисање слогана и брэнд приче** – стварање нарације о Шиду као уметничком уточишту, инспиративном месту за хедонисте и љубитеље природе
- **Креирање промотивне кампање** – представљање брэнда кроз дигиталне и традиционалне медије, израда промотивног видеа који комбинује уметност, вино и природу.
- **Сарадња са уметницима и винаријама** – интеграција уметничких догађаја са винским дегустацијама и промоцијом природе кроз гастрономске манифестације.
- **Организовање „Шид Вал Гог фестивала”** – годишњи фестивал који спаја сликарство, музику, винску културу и бохемију.
- **Јачање сарадње са туристичким агенцијама** – промоција новог идентитета путем пакета туристичких тура.

Одговори

- Туристичка организација Шид

Време имплементације

2025-2030

Б. Унапређење веб сајта ТО Шид

Резултат	
Модеран, брз и функционалан веб сајт који на иновативан начин представља туристичке потенцијале Шида и побољшава корисничко искуство (UX/UI).	
Стратегије	
Стратегија 1: „Шид – лако доступан и привлачан на мрежи”	
Редизајн сајта са фокусом на бољу навигацију и визуелну привлачност	
<ul style="list-style-type: none"> • Потпуни редизајн сајта – Увођење минималистичког и модерног дизајна, једноставне навигације и интерактивних елемената. • Прилагођавање мобилним уређајима – Сајт мора бити у потпуности оптимизован за мобилне телефоне и таблет уређаје. • Оптимизација садржаја – Додавање квалитетних текстова, фотографија и видео материјала о Шиду. • Интерактивна мапа – Омогућавање туристима да истраже атракције, винарије и природне локације кроз виртуелне туре. 	
Стратегија 2: „Боља видљивост – Шид у врху претраживања”	
SEO оптимизација за бољу позицију на Гуглу	
<ul style="list-style-type: none"> • Истраживање кључних речи – Дефинисање термина који ће привући туристе и побољшати рангирање на претраживачима. • Унапређење техничке SEO оптимизације – Побољшање брзине сајта, структуре линкова и мета података. 	
Редовно ажурирање блога – Објављивање чланака о култури, вину и природним лепотама Шида	
Кључне активности:	
<ul style="list-style-type: none"> • Редизајн сајта са савременим UX/UI приступом – фокус на минималистички дизајн са јасним СТА дугмадима и једноставном навигацијом. • Додавање нових страница са садржајем – странице о културним атракцијама, винаријама, природним локалитетима, гастрономији и манифестацијама. • Интеграција видео садржаја – уградња кратких промотивних видеа који презентују Шид из прве руке. • Унапређење SEO-а – истраживање кључних речи уз помоћ алата SEM Rush, оптимизација брзине сајта, изградња линкова и техничка SEO подешавања. • Увођење онлајн календара догађаја – како би посетиоци могли да планирају свој долазак на време. Омогућавање регистрације за посетиоце – персонализовано корисничко искуство са препорукама на основу интересовања. 	
Одговорни	
<ul style="list-style-type: none"> • Туристичка организација Шид 	
Време имплементације	Ниво приоритета:
2025-2026	ВИИИ

В. Развој друштвених мрежа и дигиталне комуникације

Резултат
Повећан број пратилаца, интеракција и видљивост туристичке понуде Шида кроз активан наступ на друштвеним мрежама.
Стратегије
Стратегија 1: „Видео садржај као кључна форма комуникације” Повећање видљивости и атрактивности туристичке понуде Шида кроз кратке, динамичне видео формате на друштвеним мрежама. Активности: <ul style="list-style-type: none">• Повећање броја Reel-ова и TikTok видеа<ul style="list-style-type: none">○ Планирање и продукција минимум 4 Reel-а и 3 TikTok видеа недељно са акцентом на динамичне кадрове, природну лепоту, културно-историјске знаменитости и гастрономску сцену.○ Видео записи ће бити прилагођени публици – брзи кадрови, ефекти и трендинг музика како би привукли пажњу млађих корисника.○ Коришћење популарних формата: transition видеа (пре/после), POV (perspective) видеа, Q&A, брзих тура.• Кампања „Шид за 60 секунди”<ul style="list-style-type: none">○ Креирање серије кратких, брзих тура кроз најзанимљивије локације, уз динамичну монтажу и наративну причу.○ Сваки видео ће представити једну кључну атракцију (Галерија Сава Шумановић, винарије, језера, излетишта).○ Дистрибуција на Instagram Reels, TikTok и YouTube Shorts, са промотивним текстом и релевантним хештеговима.• Behind the scenes садржај<ul style="list-style-type: none">○ Снимање видео материјала из винарија, кулинарских радионица и уметничких атељеа који ће показати аутентичне доживљаје.○ Представљање занатлија, винара, уметника и туристичких водича у њиховом природном окружењу.○ Формат интервјуа и демонстрација: нпр. како се припрема традиционално сремско јело, како се прави уметничко дело инспирисано Шидом, како изгледа процес прављења врхунског вина у винарији.
Стратегија 2: „Ангажовање заједнице кроз интеракцију” Креирање садржаја који укључује пратиоце. <ul style="list-style-type: none">• Такмичења и наградне игре – Giveaway пакети са винаријама и локалним туристичким објектима.• Хаштаг кампање – #VisitSid, #ArtWineNature, #SidInspires.• Промоција садржаја корисника (UGC) – Дељење најбољих фотографија и видеа које посетиоци објављују.
Стратегија 3: „Сарадња са инфлуенсерима и партнерима” Инфлуенсери имају велики досег и могу значајно допринети промоцији Шида кроз своје платформе. Кључне активности: <ul style="list-style-type: none">• Идентификација релевантних инфлуенсера – Истраживање и селекција travel, wine, lifestyle и гастрономских инфлуенсера са фокусом на српско и регионално тржиште (нпр. инфлуенсери који промовишу винске туре, рурални туризам, културу и уметност).

- **Организовање press trip-ова** – Позивање инфлуенсера на организоване туристичке обиласке Шида (2-3 дана), где ће посећивати Галерију Саве Шумановића, винарије, излетишта и учествовати у радионицама (сликање, дегустације, винске туре).
- **Спонзорисани садржаји** – Договори са инфлуенсерима да објављују Instagram Reels, TikTok видеа и blog постове о свом искуству у Шиду.
- **Сарадња са YouTube блогерима** – Позивање travel YouTubera да сниме специјалне епизоде о Шиду као „скривеном драгуљу Србије“ уз фокус на културу, природу и гастрономију.
- **Instagram промоција** – Инфлуенсери преузимају Instagram профил ТО Шид на један дан и креирају садржај „уживо из Шида“.
- **Дугорочна сарадња** – Ангажовање неколико амбасадора који ће редовно посећивати Шид и објављивати садржај на друштвеним мрежама.

Кључне активности:

- **Редовно објављивање видео садржаја** – најмање 4 Reel-а и 2 TikTok-а недељно са атрактивним приказима дестинације.
 - **Инстаграм и Фејсбук Stories** – дневно ажурирање прича са занимљивим локалним темама, манифестацијама и природним лепотама.
 - **Сарадња са инфлуенсерима и travel блогерима** – организовање тура за креирање аутентичног садржаја
 - **Промоција кроз UGC (User Generated Content)** – мотивисати пратиоце да деле своје фотографије и видео записе из Шида.
 - **Покретање месечних giveaway такмичења** – укључивање публике кроз наградне игре са локалним винаријама и угоститељима.
 - **Кампања „Шид за 60 секунди“** – кратки видео-снимци који представљају одређену атракцију унутар једног минута.
- Повећање броја пратилаца путем таргетираних кампања** – спонзорисани постови за привлачење нових пратилаца из региона.

Одговорни

- Туристичка организација Шид

Време имплементације	Ниво приоритета: ВССК
Континуирано	

11. МОДЕЛ УПРАВЉАЊА ТУРИСТИЧКОМ ДЕСТИНАЦИЈОМ

План унапређења модела управљања дестинацијом подразумева идентификовање основних недостатака тренутног модела управљања туристичком дестинацијом, и на основу тога дефинисање смернице унапређења.

Партиципативни приступ управљању дестинацијом, који подразумева већу инволвираност свих кључних актера на дестинацији у сам процес управљања туристичком дестинацијом, показао се као најделотворнији, и овај приступ би требало да следи и туристичка дестинација Шид.

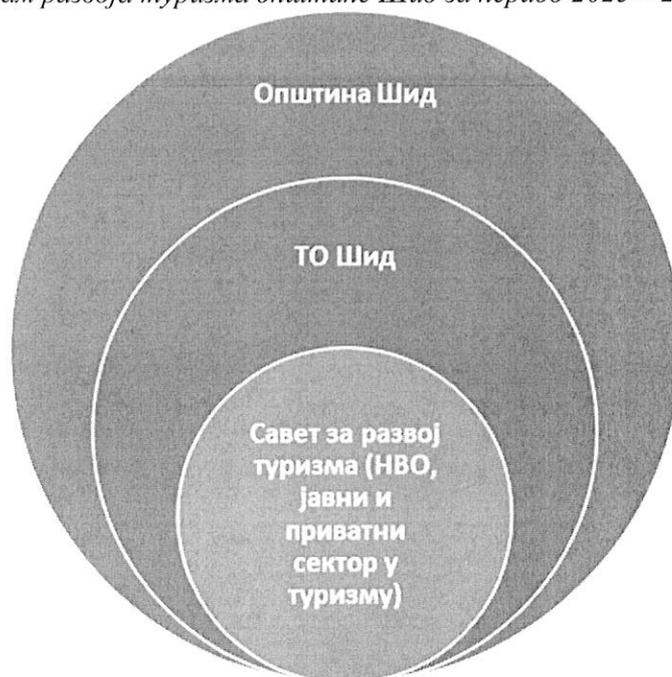
Анализа модела управљања успешним туристичким дестинацијама указује на то да су партнерски односи између приватног и јавног сектора, као и унутар јавног и унутар приватног сектора, један од кључних фактора успеха. Већа сарадња међу актерима на дестинацији је неопходна, а то подразумева и већу укљученост свих чланова туристичке привреде у сам процес одлучивања.

Свакако да оптимално решење управљања треба прилагодити локалним условима и специфичностима развоја туризма у општини Шид, па тако носилац и најважнији субјект управљања дестинацијом остаје ТО Шид, уз учешће осталих јавних и приватних субјеката као и удружења која су на овој дестинацији бројна. ТО Шид наставиће да се бави маркетингом и промоцијом туристичке дестинације и имаће најважнију улогу у повезивању кључних актера на дестинацији и њиховом подстицању на сарадњу.

Такође, ТО је одиграла и важну улогу у пласирању производа локалних произвођача о обogaћивању понуде сувенира, организацији бројних догађаја на дестинацији и сл.

У наредним периоду, активности ТО треба да су превасходно усмерене на развој туристичких производа на основу смерница плана као и промоцију туристичке дестинације, али уз план интензивне сарадње с привредом која би активно учествовала у достављању информација и изградњи брэнда дестинације. Ово подразумева већу укљученост хотелијера, ресторатера, приватних предузећа у области туризма, и свих осталих важних актера за развој туризма - удружења, локалних произвођача хране, винара и сл.

Како би се ово у пракси реализовало, План унапређења модела управљања туристичком дестинацијом подразумева формирање Савета за развој туризма као интегралног дела ЛТО.



Шема 6. Шема управљања туристичком дестинацијом Шид

Чланови Савета за развој туризма били би сви кључни актери развоја туризма на дестинацији: хотелијери, ресторатери, туристичке агенције, организатори догађаја, представници удружења која својим активностима доприносе туристичком бренду Шида и сви други субјекти туристичке привреде од значаја за развој туристичке дестинације.

Према дефинисаном моделу, доношење одлука и управљање туристичком дестинацијом било би поверено Туристичкој организацији Шида, општини, као и најзначајнијим представницима туристичке привреде попут хотелијера, туристичких атракција, ресторатера, пружаоца приватног смештаја, удружења и других важних актера. У оквиру Савета за развој туризма, чланови би се договарали и координирали активности везано за развој туризма и доносили најважније одлуке које се тичу развоја. Туристичка организација Шида и даље би била задужена за маркетинг туристичке дестинације, али кроз заједничке програме промотивних активности са осталим субјектима туристичке привреде, пре свега из домена приватног сектора. На овај начин би се постигла синергија у управљању.

12. АКЦИОНИ ПЛАН

Акциони план имплементације „Програма развоја туризма општине Шид за период 2025-2030. годину“ темељи се на потребама за даљи развој дестинације у области туризма на основу тренутних околности и закључака који произилазе из анализе стања, визије развоја дестинације, циљева и приоритета и активности планираних по годинама трајања Плана.

Спровођење Акционог плана у великој мери ће зависити од средстава која се буду обезбеђивала из буџета општине, кроз пројекте у сарадњи са централним нивоом власти али и кроз средства из међународних фондова. С друге стране, одређени део пројеката подразумева сарадњу са учесницима из приватног сектора. Акциони план приказује приоритете и активности које треба реализовати, одговорна тела, временске рокове и изворе финансирања.

Табела 19. Акциони план имплементације Програма развоја туризма општине Шид за период 2025 - 2030. годину

Приоритет	Активности	Временски оквир	Одговорно тело	Извор финансирања	Индикатори
ПОСЕБАН ЦИЉ 1: Повећање укупног броја долазака и ноћења туриста уз продужење њиховог боравка на дестинацији					
Појединачни циљеви:					
Појединачни циљ 1: Изградња и унапређење туристичке инфраструктуре и сигнализације	1.1 Изградња хотела средње величине (капацитета између 50-100 соба)	До краја 2027. године	Општина Шид	Приватни капитал/јавно-приватно партнерство	Отворен нових хотел
	1.2 Проширење капацитета постојећих угоститељских објеката	2025-2030. године	Општина Шид	Приватни капитал/јавно-приватно партнерство	Повећан број индивидуалних лежајева у постојећим објектима
	1.3 Изградња туристичког инфо центра у оквиру централног парка у непосредној близини платоа Саве Шумановића (ТИЦ Сава Шумановић)	Током 2026. године	Општина Шид	Општина Шид	

Програм развоја туризма општине Шид за период 2025 – 2030. годину

	<p>1.4 Израда пројектно-планске документације и изградња пешачких и бициклистичких стаза на територији Општине која се налази у оквиру НП Фрушка Гора, пре свега на излетишту Липовача</p> <p>1.5 Унапређење сигнализације на бициклистичким и пешачким стазама као и обележавање атракција</p> <p>1.6 Постављање паметног мобилијара на територији општине Шид</p> <p>1.7 Унапређење инфраструктуре за туристе на излетничким локалитетима - излетиште Липовача, језера Сог, Брује, и Мохарач</p> <p>1.8. Изградња Визиторског центра у парку природе Мали Босут</p>	<p>Током 2026-2028. године</p> <p>2026-2028. године</p> <p>2025-2026. године</p> <p>2025-2026. године</p> <p>2026-2027. године</p> <p>2025 - 2027. године</p>	<p>Општина Шид</p> <p>Општина Шид</p> <p>Општина Шид</p> <p>Општина Шид</p> <p>Општина Шид</p> <p>Општина Шид</p> <p>ТО ШИД</p>	<p>Општина Шид</p> <p>Општина Шид</p> <p>Општина Шид</p> <p>Општина Шид</p> <p>Општина Шид</p> <p>ТО Шид</p> <p>Општина Шид</p> <p>ТО Шид. Општина</p>	<p>Трасиране и обележене пешачке и бициклистичке стазе</p> <p>Постављена сигнализација на пешачким и бициклистичким стазама и на најважнијим атракцијама</p> <p>Постављен паметни мобилијар</p> <p>Унапређена ситна инфраструктура за боравак туриста</p> <p>Отворен Визиторски центар</p> <p>Нове активности за туристе у оквиру туризма специјалних интереса</p> <p>Етно поставка Филипа Вишњића отворена као музеј</p> <p>Унапређена интерпретација</p>
<p>Појединачни циљ 2: Развој и пласирање туристичких производа на тржиште</p>	<p>2.1 Понуда активности активног одмора и туризма специјалних интереса на излетничким локалитетима, Липовачкој шуми и Парку природе Мали Босут. - бициклизам, пешачке туре, фото сафари, посматрање птица</p> <p>2.2 Креирање услова за трансформацију етно поставке Филипа Вишњића у музеј</p> <p>2.3 Савремена интерпретација културног наслеђа –употреба VR и AR технологије у</p>				

Програм развоја туризма општине Шид за период 2025 – 2030. годину

интерпретацији дела Саве Шумановића али и локалитета Сремски фронт и етно поставке Филипа Вишњића		Општина Шид	Шид	културног наслеђа на дестинацији
2.4 Креирање и пласирање гастро-енолошких тура на дестинацији	Током 2025. године	ТО Шид са угоститељима	ТО Шид у сарадњи са угоститељима	Пласирана гастро-енолошка тура као нови туристички производ
2.5 Обогаћивање понуде дестинације током целе године организовањем нових догађаја (на пр. музички и светлосни фестивал за младе који користи мотиве слика Саве Шумановића у анимацији)	2025 – 2028. године	ТО ШИД	ТО ШИД	Нове манифестације у календару манифестација дестинације
2.7 Категоризација сеоских туристичких домаћинстава ради унапређења квалитета понуде у руралном туризму	2026-2028. године	Општина Шид и ресорно Министарство	Општина Шид и ресорно Министарство	Категорисана сеоска домаћинства на територији општине
2.8 Коришћење извора термоминералне воде у сврху развоја бањског туризма у општини Шид - припрема пројекте документације за изградњу бањског комплекса	2027-2028. године	Општина Шид	Јавно-приватно партнерство	Припремљена пројектна документација и отпочети радови на изградњи бањског комплекса

Програм развоја туризма општине Шид за период 2025 – 2030. годину

ПОСЕБАН ЦИЉ 2: Повећање видљивости дестинације применом иновативног система дестинацијског менаџмента и маркетинга					
Појединачни циљеви:					
Појединачни циљ 3: Унапређење видљивости дестинације на тржишту		2025-2026. године	ТО Шид	ТО Шид	Повећана видљивост веб сајта као и квалитет објава и број пратилаца на друштвеним мрежама
3.1 Унапређење дигиталног маркетинга (видљивости веб сајта, наступа на друштвеним мрежама, а према смерницама маркетиншког плана овог документа)	2025-2026. године	ТО Шид	ТО Шид	ТО Шид	Повећана видљивост веб сајта као и квалитет објава и број пратилаца на друштвеним мрежама
3.2 Мобилне апликације - Сава Шумановић - повезивање са АР И ВР садржајима у галерији	Током 2026. године	ТО Шид у сарадњи са галеријом	ТО Шид у сарадњи са галеријом	ТО Шид	Креирана мобилна апликација
3.3 Студијска путовања за представнике медија, блогере, инфлуенсере	континуирано	ТО Шид у сарадњи са ГОС-ом	ТО Шид	ТО Шид	Студијска путовања за медије, блогере, инфлуенсере бар једном годишње (минимум 15 учесника)
3.4 Израда промотивних брошура и штампаног рекламног материјала	континуирано	ТО Шид	ТО Шид	ТО Шид	Нове промотивне брошуре и штампани материјал посебно за туристичке производе културни туризам и туризам специјалних интереса
3.5 Промоција и афирмација нових туристичких локалитета (локалитет у Беркасову - римски шлем, средњовековна тврђава у Моровићу, археолошки локалитет Градина на Босути, путем дигиталних канала дестинације	континуирано	ТО Шид	ТО Шид	ТО Шид	Повећана видљивост поменутих локалитета па и њихова посећеност

Програм развоја туризма општине Шид за период 2025 – 2030. годину

<p>Појединачни циљ 4: Дефинисање и комуницирање крвог брнда туристичке дестинације</p>	<p>4.1 Креирање Брнд плана дестинације који ће дефинисати крвни брнда дестинације и његову комуникацију на тржишту</p>	<p>2026–2027. године</p>	<p>ТО Шид</p>	<p>Општина Шид</p>	<p>Усвојен Брнд план туристичке дестинације</p>
<p>4.2 Креирање новог визуелног идентитета дестинације у складу са крвним брндом града</p>	<p>Током 2027. године</p>	<p>ТО Шид</p>	<p>Општина Шид</p>	<p>Општина Шид</p>	<p>Креиран нови визуелни идентитет</p>
<p>Појединачни циљ 5: Унапређење система управљања туристичком дестинацијом</p>	<p>5.1 Креирање Савета за туризам, неформалног тела са улогом подршке промоцији дестинације.</p>	<p>Током 2025. године</p>	<p>Општина Шид</p>	<p>Општина Шид</p>	<p>Креиран Савет за туризам као неформално саветодавно тело за промоцију дестинације.</p>
<p>ПОСЕБАН ЦИЉ 3: Повећање броја квалификованих и обучених људских ресурса у туризму</p>					
<p>Појединачни циљ:</p>					
<p>Појединачни циљ 6: Унапређење вештина и знања запослених у туризму</p>	<p>6.1 Спровођење едукација за подизање капацитета представника туристичке привреде у складу са планом развоја људских ресурса</p>	<p>Континуирано, почевши од 2025. године</p>	<p>Општина Шид</p>	<p>Општина Шид</p>	<p>Едукације за минимум 15 представника туристичке привреде, једном годишње</p>
<p>6.2. Организовање студијских путовања у региону на дестинације са сличним ресурсима, ради стицања знања на терену, кроз праксу</p>	<p>Континуирано, почевши од 2025. године</p>	<p>Општина Шид</p>	<p>Општина Шид</p>	<p>Општина Шид</p>	<p>Студијска путовања за минимум 15 представника туристичке привреде, једном годишње</p>
<p>Појединачни циљ 7: Подизање капацитета локалног становништва за рад</p>	<p>7.1 Едукација власника сеоских домаћинства о темама дефинисаним планом развоја људских ресурса</p>	<p>Континуирано, почевши од 2025. године</p>	<p>Општина Шид</p>	<p>Општина Шид</p>	<p>Одржане едукације власника сеоских домаћинства (мин 15 учесника)</p>

Програм развоја туризма општине Шид за период 2025 – 2030. годину

у туризму	7.2 Едукација запослених у институцијама културе о темама дефинисаним планом развоја	Континуирано, почевши од 2025. године	Општина Шид	Општина Шид	Одржане едукације запослених у институцијама културе (мин 15 учесника)
	7.3 Едукације запослених у туристичкој привреди о темама дефинисаним планом развоја	Континуирано, почевши од 2025. године	Општина Шид	Општина Шид	Одржане едукације запослених у туристичкој привреди (мин 20 учесника)

13. ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ

Општине и региони у Републици Србији, Републички завод за статистику 2023
<https://publikacije.stat.gov.rs/G2023/Pdf/G202313050.pdf>

Општине и региони у Републици Србији, Републички завод за статистику 2022
<https://publikacije.stat.gov.rs/G2022/pdf/G202213049.pdf>

Општине и региони у Републици Србији, Републички завод за статистику 2021
<https://publikacije.stat.gov.rs/G2021/pdf/G202113048.pdf>

Општине и региони у Републици Србији, Републички завод за статистику 2020
<https://publikacije.stat.gov.rs/G2020/pdf/G202013047.pdf>

Општине и региони у Републици Србији, Републички завод за статистику 2019
<https://publikacije.stat.gov.rs/G2021/pdf/G202113048.pdf>

Попис становништва, домаћинства и станова 2022. године, Старост и пол-Подаци по насељима. Београд: РЗС

<https://publikacije.stat.gov.rs/G2023/Pdf/G20234003.pdf>

Попис становништва, домаћинства и станова 2022. године, Школска спрема, писменост и компјутерска писменост-Подаци по општинама и градовима. Београд: РЗС

<https://publikacije.stat.gov.rs/G2023/Pdf/G20234006.pdf>

Попис становништва, домаћинства и станова 2022. године, Становништво према економској активности, старости и полу. Београд: РЗС

<https://data.stat.gov.rs/Home/Result/3104020801?languageCode=sr-Latn>

План развоја општине Шид 2018-2028.

<https://sid.rs/wp-content/uploads/2022/06/sluzbeni-list-18-2022-prilog-1.pdf>

План развоја АП Војводине 2022-2030.

https://www.planrazvojaapv.rs/wp-content/uploads/2021/12/Infrastruktura-cir.pdf?utm_source

Стратегије развоја туризма Републике Србије за период 2016–2025.

<https://mto.gov.rs/extfile/sr/207/strategija.pdf>

Стратегијски маркетинг план туризма Републике Србије до 2025. године

<https://mto.gov.rs/extfile/sr/201/Strategijski%20marketing%20plan%20turizma%20RS%20do%202025..pdf>

Стратегијски мастер план развоја Фрушке горе

<https://mto.gov.rs/extfile/sr/1055/Strategijski%20master%20plan%20razvoja%20turizma%20Fru%C5%A1ke%20gore%20za%20podru%C4%8Dje%20op%C5%A1tine%20Irig.pdf>

Закон о туризму Републике Србије (Сл. Гласник РС, бр. 17/2019)

Закон о угоститељству („Сл. Гласник РС“, бр.17/2019)

Закон о планском систему РС (Службени гласник РС, бр. 30/18)

Електронски извори:

[https://www.pravno-informacioni-](https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/vlada/strategija/2016/98/1)

[sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/vlada/strategija/2016/98/1](https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/vlada/strategija/2016/98/1)

<https://mto.gov.rs/extfile/sr/201/Strategijski%20marketing%20plan%20turizma%20RS%20do%202025..pdf>

https://www.tourismsid.rs/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=139&Itemid=769

<https://sid.rs/o-opstini/>
https://www.tourismsid.rs/index.php?option=com_content&view=category&id=42&Itemid=174
https://www.tourismsid.rs/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=141&Itemid=771
<https://sid.rs/turizam/>
<https://sid.rs/manastir-sveta-petka-berkasovo/>
<https://dobrocinstvo.rs/manastir/manastir-djipsa/>
<https://turizaminfo.com/objekti/manastir-divsa-ili-djipsa/>
<https://www.facebook.com/crkvasvetognikolesid/>
<http://spomenikulture.mi.sanu.ac.rs/spomenik.php?id=1302>
<https://www.sidskiportal.net/sid/spomenici-kulture/131-rimokatolicka-erdevik>
<https://www.sidskiportal.net/sid/spomenici-kulture/130-spc-erdevik>
<https://www.sidskiportal.net/sid/spomenici-kulture/126-spc-molovin>
<https://www.sidskiportal.net/sid/spomenici-kulture/124-rimokatolicka-gibarac>
<https://www.sidskiportal.net/sid/spomenici-kulture/123-spc-berkasovo>
<https://www.sidskiportal.net/sid/spomenici-kulture/122-rimokatolicka-kukujevci>
<https://www.sidskiportal.net/sid/spomenici-kulture/117-svmarija-morovic>
<https://www.sidskiportal.net/sid/spomenici-kulture/115-spc-bacinci>
<https://www.sidskiportal.net/sid/spomenici-kulture/114-spc-morovic>
<http://spomenikulture.mi.sanu.ac.rs/spomenik.php?id=1301>
<https://www.sidskiportal.net/sid/spomenici-kulture/112-spc-ljuba>
<https://sremskevesti.rs/predstavljanje-monografije-o-muzeju-ilijanum-u-sidu/>
<https://sid.rs/muzej-naivne-umetnosti-ilijanum/>
<https://www.savasumanovic.rs/>
<http://spomenikulture.mi.sanu.ac.rs/spomenik.php?id=1304>
<https://sid.rs/ruski-dvor-sid/>
https://www.tourismsid.rs/index.php?option=com_content&view=category&id=44&Itemid=171
https://www.tourismsid.rs/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=105&Itemid=177
<https://sid.rs/nekropola-beljnjava/>
https://tourismsid.rs/index.php?option=com_content&view=category&id=39&Itemid=169
<https://www.sidskiportal.net/sid/spomenici-kulture/119-spomenik-filip-visnjic>
https://www.rtv.rs/sr_lat/vojvodina/srem/secanje-na-stradanje-u-jameni_1474015.html
<https://ribolovackeprice.wordpress.com/2016/09/13/jezero-slezen-morovic-kod-sida/>
https://www.srbijapodlupom.com/sotsko-jezero/#google_vignette
<https://fruskac.net/rs/lokacije/jezera/moharac>
<https://sid.rs/lipovaca/>
https://www.zeleznicesrbije.com/srpske-zeleznice-15-decembra-presle-na-novi-red-voznje/?utm_source
https://www.srbija.gov.rs/vest/691617/srbija-postaje-zeleznicki-cvor-regiona.php?utm_source
https://www.mgsi.gov.rs/cir/odsek/luchka-kapetanija-sremska-mitrovica?utm_source
<https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/vlada/uredba/2014/104/1>
<https://sid.rs/privreda> <https://www.google.rs/maps/>

14. ПОПИС ТАБЕЛА, СЛИКА, ШЕМА И СКРАЋЕНИЦА

Попис табела:

- Табела 1. Преглед планске и стратешке документације општине Шид
Табела 2. Културне туристичке атракције општине Шид
Табела 3. Природне туристичке атракције општине Шид
Табела 4. Обим запослених по најчешћим делатностима (год. просек) у Шиду од 2019-2023.
Табела 5. Обим остварених инвестиција у нова основна средства за поједине делатности у Шиду од 2019- 2023. (у хиљадама динара)
Табела 6. Број долазака туриста за општину Шид за период од 2020. до 2024. године
Табела 7. Број ноћења туриста у општини Шид за период од 2020. до 2024. године
Табела 8. Просечна дужина боравка туриста у Шиду за период 2020-2024. године (у данима)
Табела 9. Приказ кључних актера за развој туризма у Шиду
Табела 10. Туристичко-угоститељски објекти за смештај за Шид
Табела 11. Анализа стања постојећих туристичких производа
Табела 12. Анализа стања постојећих туристичких производа
Табела 13. SWOT анализа
Табела 14. Пројекције раста броја долазака страних и домаћих туриста до 2029. године
Табела 15. Пројекције раста броја ноћења страних и домаћих туриста до 2029. године
Табела 16. Стратешки контекст
Табела 17. Стратешка упоришта
Табела 18. Кључни инвестициони пројекти од значаја за туризам
Табела 19. Акциони план имплементације Програма развоја туризма општине Шид за период 2025-2030. годину

Попис слика:

- Слика 1. Спомен-парк „Сремски Фронт“
Слика 2. Музеј наивне уметности „Илијанум“
Слика 3. Галерија слика Саве Шумановића
Слика 4. Кућа Саве Шумановића
Слика 5. Манастир Привина (Прибина) Глава
Слика 6. Манастир Свете Петке
Слика 7. Манастир Ђипша
Слика 8. Руски двор
Слика 9. Археолошки локалитет Градина
Слика 10. Налазиште тврђаве Беркасов
Слика 11. Некропола „Бељњача“
Слика 12. Тврђава Моровић
Слика 13. Надгробни споменик Филипу Вишњићу
Слика 14. Језеро Сот или "Сотско Језеро"
Слика 15. Језеро Брује
Слика 16. Језеро Мохарач
Слика 17. Језеро Моровић или Језеро Слезен

Слика 18. Излетиште Липовач

Попис шема:

- Шема 1. Геосегменти општине Шид као туристичке дестинације
- Шема 2. Циљне групе – тржишни сегменти општине Шид
- Шема 3. Приоритетне теме едукација за туристичку привреду
- Шема 4. Приоритетне теме едукација за раднике у култури
- Шема 5. Теме едукација за локално становништво
- Шема 6. Шема управљања туристичком дестинацијом Шид

Попис скраћеница:

- бр. – Број
- год- годишње
- ДМО- Дестинацијска менаџмент организација
- ЕУ – Европска Унија
- итд. – И тако даље
- и др. – И друго
- РС – Република Србија
- РЗС – Републички завод за статистику
- Сл. – Службени
- тзв. – Такозвани
- тј. – То јест
- ТО – Туристичка организација
- УНЕСКО – енг. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization- Организација Уједињених нација за образовање, науку и културу
- B2B – енг. Business-to-business – Бизнис бизнису
- DINKS – енг. *dual income no kids* – Двоструки приход, без деце
- MICE – енг. Meetings, incentives, conferences and exhibitions – Састанци, подстицајна путовања, конференције и догађаји
- SWOT – енг. Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats – Снаге, Слабости, Шансе и Претње
- SEO – енг. Search engine optimization – Оптимизација претраживача

15. СТУПАЊЕ НА СНАГУ

